



**Desarrollo de identidad  
visual y normalización gráfica**

para el Centro Cultural y Museo del Ferrocarril

Proyecto desarrollado por  
Georgette Marie Paz Jongezoon

Para optar al título de  
Licenciada en Diseño Gráfico

Guatemala, agosto de 2018



Universidad de San Carlos de Guatemala  
Facultad de Arquitectura  
Escuela de Diseño Gráfico



FACULTAD DE  
ARQUITECTURA  
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

# **Desarrollo de identidad visual y normalización gráfica**

para el Centro Cultural y Museo del Ferrocarril

Proyecto desarrollado por  
**Georgette Marie Paz Jongezoon**

Para optar al título de  
**Licenciada en Diseño Gráfico**

**Guatemala, agosto de 2018**

"El autor es responsable de las doctrinas sustentadas, originalidad y contenido del Proyecto de Graduación, eximiendo de cualquier responsabilidad a la Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos".

---

## **Miembros de la Junta Directiva**

Dr. Byron Alfredo Rabe Rendón  
**Decano**

Arq. Gloria Ruth Lara de Corea  
**Vocal I**

Arq. Sergio Francisco Castillo Bonini  
**Vocal II**

Msc. Arq. Alice Michelle Gómez García  
**Vocal III**

Br. Kevin Christian Carrillo Segura  
**Vocal IV**

Br. Ixchel Maldonado Enríquez  
**Vocal V**

Msc. Arq. Publio Alcides Rodríguez Lobos  
**Secretario Académico**

---

## **Tribunal examinador**

Dr. Byron Alfredo Rabe Rendón  
**Decano**

Msc. Arq. Publio Alcides Rodríguez Lobos  
**Secretario Académico**

Lic. Marco Antonio Morales Tomas  
**Asesor Metodológico**

Licda. Miriam Isabel Meléndez S. de Villalta  
**Asesora Gráfica**

Msc. Luis Gustavo Jurado Duarte  
**Examinador**

# Contenido

---

<b>Presentación</b>		9
<hr/>		
<b>01</b>	<b>Introducción</b>	11
	1.1 Problema	13
	1.2 Justificación	13
	1.3 Objetivos del Proyecto	15
<hr/>		
<b>02</b>	<b>Perfiles</b>	17
	2.1 Perfil de la institución	19
	2.2 Perfil del grupo objetivo	22
<hr/>		
<b>03</b>	<b>Definición Creativa</b>	23
	3.1 Estrategia de aplicación	25
	3.2 Ventajas y desventajas	26
	3.3 Brief	27
	3.4 Insights	29
	3.5 Concepto creativo	30
	3.6 Premisas de diseño	33
<hr/>		
<b>04</b>	<b>Planeación Operativa</b>	35
	4.1 Flujograma del proceso	37
	4.2 Cronograma de trabajo	38
<hr/>		
<b>05</b>	<b>Marco Téorico</b>	39
	5.1 Caminos de hierro	41
	5.2 El diseño como apoyo al discurso de la identidad	45

<b>06</b>	<b>Producción gráfica</b>	49
6.1	Nivel 1 de visualización	53
6.2	Validación 1	58
6.3	Nivel 2 de visualización	61
6.4	Validación 2	69
6.5	Nivel 3 de visualización	73
6.6	Validación 3	80
6.7	Proceso de creación de identidad gráfica de una institución cultural	86
<hr/>		
<b>07</b>	<b>Lecciones Aprendidas</b>	89
<b>08</b>	<b>Conclusiones</b>	93
<hr/>		
<b>09</b>	<b>Recomendaciones</b>	97
	Al gremio	99
	A la institución	100
<hr/>		
	<b>Fuentes consultadas</b>	102
	<b>Glosario</b>	103
	<b>Anexos</b>	105

# Presentación

---

El ámbito de la museología enfrenta grandes desafíos frente a la expansión de la tecnología y el consumo masivo, ante esto los museos buscan concebir nuevas experiencias que les permitan una interacción con su público y un posicionamiento en el ámbito social y cultural.

El diseño es una práctica que cada día esta más presente en la sociedad actual cumpliendo un rol esencial como gestor cultural, donde el diseñador se convierte en el mediador en los procesos de consumo cultural y articulador de la imagen institucional.

Ante el análisis de las necesidades de comunicación visual del Centro Cultural y Museo del Ferrocarril, como proyecto de graduación se desarrolló la identidad visual de la institución y el Manual de Normas Gráficas que contiene todos los elementos necesarios para su comunicación, así como los criterios de normalización aplicados a los sistemas de identidad que permitirán la visibilidad, identidad y posicionamiento de la institución.

# 01

## Introducción

---

- 1.1 Problema
- 1.2 Objetivos del Proyecto
- 1.3 Justificación



## 1.1

---

## Problema

---

El Centro Cultural y Museo del Ferrocarril fue fundado en el año 2004 con el objetivo de convertirse en el centro fundamental para el conocimiento de la historia ferroviaria en Guatemala, sin embargo, por diversos motivos, no ha logrado crear y consolidar una imagen gráfica sólida, que responda a las necesidades institucionales y de comunicación.

Actualmente la identidad visual de la institución ha impedido un mayor alcance y posicionamiento social/cultural dentro de la sociedad guatemalteca, recurriendo al uso de elementos poco funcionales para su difusión, afectando su reconocimiento y comunicación con el público. Debido a ello existe la necesidad de desarrollar una identidad visual ligada a sus objetivos, que permita generar un impacto significativo en la sociedad a través de una imagen gráfica regida por principios de diseño, para tener un reconocimiento, trascendencia y presencia a nivel social/cultural, que provoque una reacción en el público.

## 1.2

---

## Justificación

---

### Trascendencia

El Museo del Ferrocarril es de gran importancia histórica y cultural, siendo la única institución que documenta, protege, conserva y promueve la investigación y divulgación del patrimonio histórico ferroviario en Guatemala.

La implementación de una identidad visual buscará mejorar el reconocimiento de la institución en la sociedad para contribuir a la divulgación del conocimiento de la historia ferroviaria en el país, fomentando la cultura, educación, interés histórico e identidad guatemalteca, mejorando el acercamiento de la población, brindando una experiencia educativa y visual óptima que permita la difusión e intercambio de conocimiento histórico.

Al normar la imagen visual de la institución, esta podrá posicionarse de una manera correcta y efectiva, siendo un aporte para su crecimiento en el ámbito sociocultural, permitiendo así su reconocimiento y que más personas puedan involucrarse con proyectos y aportaciones para beneficio y desarrollo de la misma.



## Incidencia

La institución necesita una identidad visual que responda sus necesidades. La intervención del diseño gráfico permitirá que la institución cuente con una imagen establecida bajo directrices regidas por principios y parámetros de diseño.

El diseño de esta imagen contribuirá a su efectiva comunicación y posicionamiento en su público objetivo, motivando su interés y atracción hacia las actividades que el museo realiza, promoviendo así el valor histórico y cultural del país.

Normar la imagen de la institución permitirá dar la pauta de arranque a proceso de mejoramiento continuo de la identidad institucional del museo, implementando lineamientos para el diseño de materiales institucionales de calidad, basándose en un sus objetivo y concepto, a través de un sistema de códigos visuales que permitan un orden y coherencia visual mediante distintos niveles de jerarquía en función de la forma, el tamaño, tipografía y color, bajo un retícula que mantenga la fluidez, armonía y unidad visual en cada una de sus aplicaciones.

## Factibilidad

### Condiciones que garantizan el desarrollo del proyecto:

- 01 > El proyecto se trabajará conjuntamente con la encargada de medios y los miembros del personal del Centro Cultural y Museo del Ferrocarril involucrados en el proyecto, facilitando el proceso de comunicación, el acceso a las fuentes de información y apoyo en la logística para el desarrollo de reuniones.
- 02 > El conocimiento adquirido permitirá poner en práctica las capacidades desarrolladas durante la actividad universitaria como parte de su compromiso social con el país; así mismo se establecerán tiempos para la planificación de cada una de las actividades del proyecto, garantizando su ejecución y desarrollo de manera efectiva evitando contratiempos que puedan surgir durante el proceso.
- 03 > La Escuela de Diseño Gráfico proporcionará un asesor de práctica asignado por la Unidad de Proyecto de Graduación que supervisará y asesorará cada fase del proyecto.

## 1.3

---

# Objetivos del Proyecto

---

### Objetivo general

Contribuir a la educación de la memoria histórica ferroviaria del Centro Cultural y Museo del Ferrocarril a través del desarrollo de la identidad gráfica de la institución.

### Objetivos específico de comunicación

- > Promover la labor de la institución para facilitar la comunicación con el público y su trascendencia.

### Objetivos de diseño

- > Desarrollar la identidad institucional del Centro Cultural y Museo del Ferrocarril para el posicionamiento social/cultural dentro de la sociedad guatemalteca.
- > Diseñar recursos para la identidad que establezcan parámetros e indicaciones de comunicación visual para su uso en distintos medios.

# 02

## Perfiles

---

- 2.1 Perfil de la institución
- 2.2 Perfil del grupo objetivo



## 2.1 Perfil de la Institución

### Sector Social

El perfil social en el que se encuentra inmerso el Centro Cultural y Museo del Ferrocarril corresponde al sector educativo dentro del contexto sociocultural del país, con la investigación y divulgación del patrimonio histórico de carácter ferroviario en Guatemala.

### Historia

El Estado de Guatemala, propició el establecimiento del sistema ferroviario, siendo un factor de desarrollo en el país; como producto de la nacionalización de los activos ferroviarios en Guatemala en 1969, para su administración y explotación se crea la Empresa de Ferrocarriles de Guatemala FEGUA, cuyo objetivo principal era prestar servicio público de transporte ferroviario, carga de pasajeros, servicios auxiliares, muellaje y demás operaciones relacionadas; sin embargo en 1996 el servicio de transporte fue suspendido, debido a la falta de recursos financieros para el mantenimiento de la línea férrea.

Durante mucho tiempo se tuvo la idea de establecer un museo ferroviario en Guatemala, por lo que ante la declive de la actividad ferroviaria un grupo de trabajadores y amantes del ferrocarril se preocuparon por conservar todos los equipos móviles, material rodante y una de las estaciones, siendo estos auténticos ejemplares de tecnología de la época de la revolución industrial (de finales del siglo XIX e inicio del siglo XX), por lo que debían ser conservados y resguardados; inquietud que dio paso a la motivación de los trabajadores y autoridades en recopilar información, así como buscar la asesoría para la implementación de la primera sala de exposición de los Museos Del Ferrocarril De Guatemala siendo inaugurada el 23 de septiembre del 2003..

### ✉ Contacto

#### Ubicación:

9a. Avenida 18-03,  
Centro Cultural y Museo  
del Ferrocarril - FEGUA.  
Teléfono: 2232 9270

[www.museofegua.com](http://www.museofegua.com)

El 8 de enero de 2004 se funda el Centro Cultural FEGUA y Museo del Ferrocarril, creado con el objetivo de convertirse en el centro fundamental para el conocimiento de la historia ferroviaria a través de la conservación, documentación y preservación de los testimonios del pasado.

## Filosofía

### *Misión*

Rescatar, proteger, conservar y promover la investigación y divulgación del patrimonio histórico de carácter ferroviario en Guatemala.

### *Visión*

Ser un ente autónomo que vele por todos los bienes muebles e inmuebles ferroviarios, que sean parte del patrimonio Cultural de Guatemala, creando instancias para su segura y pronta preservación y que coadyuven a la cultura integral de los guatemaltecos.

### *Objetivo*

El Museo del Ferrocarril de Guatemala se crea con el objetivo de convertirse en el centro fundamental para el conocimiento de la historia ferroviaria en nuestro país y la preservación de los testimonios del pasado. No se limita a ofrecer una visión nostálgica y evocadora, sino que intenta mostrar las claves para el entendimiento y comprensión de los procesos venideros y su interacción. Sus funciones principales se centran en la investigación, conservación, documentación, comunicación y capacitación.

### **Valores**

*Familia*  
*Generosidad*  
*Unidad*  
*Actitud*

## Actividades y servicios

El museo cuenta con guías especializadas, para atender a grupos visitantes y espacios para el desarrollo de exposiciones y actividades culturales.

### **Realización de actividades propias del museo con el objetivo de generar un aumento de ingresos:**

- > Arrendamiento de auditorio para obras de teatro (todo el año).
- > Una noche de miedo en el museo (29 de octubre).
- > Conciertos navideños (diciembre).

Así mismo ofrece la posibilidad de realizar actividades de tipo social y empresarial en el museo, brindando a la ciudadanía de un espacio al cual acudir y agenciar de recursos económicos a la institución.

- > Bodas
- > Quince años
- > Presentaciones de libro
- > Cumpleaños
- > Exposiciones
- > Sesiones fotográficas

## Identidad Visual

La identidad actual de la institución fue implementada en el año 2005, actualmente se ha limitado su uso debido la poca flexibilidad de la imagen para la adaptación en materiales institucionales o de comunicación visual.



Fuente: <http://museofegua.com/>

## Producción Visual

La institución a través de apoyo por parte de otras entidades ha logrado la producción de material digital, actualmente no cuentan con material informativo impreso.

### *Digital*

- > Página web institucional.
- > Publicaciones en perfil de facebook.

## 2.2 Perfil del Grupo Objetivo

### Target o audiencia

El grupo objetivo está conformado por dos grupos: La audiencia interna y la audiencia externa.

#### ***Audiencia interna***

Personal del Centro Cultural Museo del Ferrocarril

#### ***Audiencia externa***

La audiencia externa se dividen en dos categorías:

1. Visitantes
2. Usuarios de los servicios

### Características

Habitantes de la ciudad capital y municipios aledaños a la ciudad de Guatemala con edades comprendidas entre los 12 y 60 años. Estudiantes y trabajadores de escolaridad que va de nivel primario a universitario.

Su clase social es variable, oscila de media a baja. Con un rango de ingresos que va de Q. 2,000.00 a Q. 7,000.00 mensuales.

Se enteran de las noticias a través de los periódicos o redes sociales y dependen de la tecnología para realizar la mayoría de sus tareas diarias. Poseen un alto grado de interés histórico y valor cultural. Se movilizan en transporte público o vehículos. Leen noticias en periódicos o redes sociales. Dependen de la tecnología para realizar la mayoría de sus tareas diarias.

Ocupan su tiempo libre en entretenimiento o recreación. Mantienen una búsqueda constante de actividades relacionadas con eventos y exposiciones a través de diferentes medios de comunicación.

# 03

## Definición Creativa

---

- 3.1 Estrategia de aplicación
- 3.2 Ventajas y desventajas
- 3.3 Brief
- 3.4 Insights
- 3.5 Concepto creativo
- 3.6 Premisas de diseño





## 3.1

# Estrategia de aplicación de la pieza a diseñar

Utilizando el esquema conocido como las “6W,” se establece una estrategia de aplicación de la pieza respondiendo una serie de interrogantes que analizan diversos aspectos involucrados que orientarán el desarrollo del proyecto.

### ≡ Esquema de las 6W

Método conocido por sus interrogantes en inglés, Who (Quién), What (Qué), Where (Dónde), When (Cuándo), Why (Por qué) y How (Cómo). Este consiste en responder diversas preguntas que permiten analizar y diseñar una estrategia específica.

### *¿Qué va a comunicar?*

Los objetivos y valores de la institución y el uso correcto de la identidad gráfica del Museo del Ferrocarril.

### *¿Con qué?*

#### **Manual de normas gráficas**

- Identidad gráfica
- Branding
- Material corporativo
- Material en redes sociales
- Material informativo
- Fotografía

### *¿Cuándo?*

El manual servirá como guía obligatoria de consulta para la realización de cualquier material impreso o digital. Lo que se pretende es que sea utilizado de manera constante por todos los miembros de la institución involucrados en la gestión de imagen del Museo del Ferrocarril.

### *¿Para qué?*

Para mejorar la percepción del público hacia la institución y fomentar su valor histórico y cultural en la sociedad.

### *¿Con quiénes?*

#### **Audiencia interna**

Miembros y personal del Centro Cultural Museo

#### **Audiencia externa**

1. Visitantes
2. Quienes usan los servicios

### *¿Dónde se utilizará la pieza A?*

En el Centro Cultural y Museo del Ferrocarril, ubicado en el centro histórico de la ciudad de Guatemala.

## 3.2

# Ventajas y desventajas técnicas de la pieza a diseñar



Comparativa de las ventajas y desventajas del proyecto a diseñar.

<i>Ventajas</i>	<i>Desventajas</i>
<ul style="list-style-type: none"> <li data-bbox="521 695 992 804">&gt; Determina una implementación adecuada de la identidad gráfica del la institución.</li> <li data-bbox="521 852 992 961">&gt; Unifica criterios de diseño asegurando coherencia en cada elemento de su imagen visual.</li> <li data-bbox="521 1010 992 1203">&gt; Establece parámetros que ayudan a una correcta aplicación de los elementos de la identidad visual en diferentes medios.</li> <li data-bbox="521 1234 992 1344">&gt; Fomenta, facilita la identificación y el reconocimiento de la institución</li> <li data-bbox="521 1392 992 1535">&gt; Comunica las normas y guías que se deben acatar en la reproducción de materiales de la identidad.</li> <li data-bbox="521 1583 992 1692">&gt; Vincula la identidad a los valores, misión, visión y conceptos a su imagen visual.</li> <li data-bbox="521 1740 992 1850">&gt; Asegura que la imagen de la institución sea coherente y consistente.</li> <li data-bbox="521 1898 992 1955">&gt; Mejora la comunicación interna y externa.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li data-bbox="992 695 1386 772">&gt; Su costo de reproducción es muy elevado.</li> <li data-bbox="992 842 1386 877">&gt; Se puede dañar fácilmente.</li> <li data-bbox="992 926 1386 1073">&gt; Su contenido puede agobiar al usuario generando que no haga uso de todas</li> </ul>

## 3.3

# Informe creativo o brief

El **informe creativo o brief** permite recopilar toda la información previo a elaborar la propuesta creativa, permitiendo entender las limitantes o restricciones de diseño del proyecto e identificar diversos aspectos de la institución, lo que ayuda al momento de la toma de decisiones de diseño.

01 >

### Información sobre el cliente

#### ***Breve historia de la institución***

Al momento de quedar suspendida la actividad ferroviaria se encamino al resguardo y conservación de los bienes muebles e inmuebles. En respuesta a ello el 8 de enero de 2004 es fundado el Centro Cultural FEGUA y Museo del Ferrocarril, creado con el objetivo de convertirse en el centro fundamental para el conocimiento de la historia ferroviaria a través de la conservación, resguardo, documentación y preservación de los testimonios del pasado.

#### ***Servicios que presta***

Guías especializadas a visitantes, espacios para el desarrollo de exposiciones y actividades culturales y arrendamiento de diversas áreas del museo.

#### ***Competencia directa***

Museos del centro histórico, de la región metropolitana del país.

02 >

### Descripción del proyecto

#### ***Producto y medio para el que está pensado el proyecto***

Manual de Normas Gráficas (Impreso y digital)

#### ***Objetivo del proyecto***

Implementar lineamientos de diseño para la identidad que establezcan parámetros e indicaciones de comunicación visual para su uso en distintos medios, con el fin de promover la labor de la institución y facilitar la comunicación con el público.

***Público objetivo (target o audiencia)***

Audiencia interna (por el personal del Centro Cultural Museo del Ferrocarril) y audiencia externa (visitantes y usuarios de sus servicios).

***Medio para el que está pensado el proyecto***

Impreso y digital

03 >

**Identidad  
visual actual**

***Digital:***

Página web institucional y publicaciones en perfil de Facebook.

***Impreso***

Actualmente no cuentan con material informativo impreso.

04 >

**Condiciones**

No existe alguna preferencia, condición o restricción en cuanto al diseño de la imagen; respecto al uso de color la paleta actual debe mantenerse.

## 3.4 Insights

Previo al planteamiento del concepto creativo fue primordial encontrar el insight, el cual sería la base fundamental de la idea para el desarrollo del concepto.

Para encontrar el insight se indagó las opiniones, pensamientos o creencias generalizadas del público, a través de asociaciones psicológicas (mentales) y sentimentales producto de las experiencias que aporta visitar el museo, lo cual permitió tener un mejor entendimiento del grupo; con base en ello se determinaron los siguientes insights:

### Insights

Valores intangibles

#### Mentales + sentimentales

*“Quisiera haber nacido en otra época”*

*“Imagino las historias que han vivido”*

*“Siento que puedo viajar al pasado”*

### Insight seleccionado

***“Siento que puedo viajar al pasado”***

Esta frase es la que mejor expresa la percepción y sentimiento del visitante al entrar en contacto con las instalaciones del museo, razón por la cual es seleccionado como el insight del cual parte el concepto creativo.

# 3.5 Concepto creativo de diseño

El concepto creativo es la base fundamental para el desarrollo de la identidad gráfica; este planteamiento o consigna permite guiar conceptualmente todo el proceso creativo que figura en cada pieza de comunicación visual.

Las técnicas de conceptualización aplicadas para la búsqueda del concepto creativo fueron las siguientes: **lluvia de ideas, figuras retóricas y por asosiciaciones.**

## *Técnicas de conceptualización*

01 >

### Lluvia de ideas

La lluvia de ideas es uno de los el procesos utilizados para la generación de ideas. Para el proceso se realizó un listado de ideas sobre las cual se trabajó la definición del concepto creativo, escribiendo todas las ideas generadas a partir del insight y de las relaciones implicadas al tema desarrollado.

- |               |            |              |
|---------------|------------|--------------|
| Memorias      | Espacio    | Época        |
| Testimonios   | Historias  | Medida       |
| Curiosidad    | Museo      | Dirección    |
| Nostalgia     | Contexto   | Trayectoria  |
| Pasado        | Paralelo   | Generaciones |
| Tiempo        | Locomotora | Pasajeros    |
| Viaje         | Estación   | Boleto       |
| Antiguo       | Trenes     | Camino       |
| Portal        | Vínculo    | Destino      |
| Herencia      | Recuerdo   | Movimiento   |
| Legado        | Presente   | Patrimonio.  |
| Descubrir     | Rieles     | Experiencia  |
| Conocer       | Líneas     | Signos       |
| Experimentar  | Avanzar    | Señales      |
| Transportarte | Viaje      | Transporte   |
| Historia      | Bifurcan   | Travesía     |
| Desarrollo    | Patrimonio |              |

02 &gt;

## Figuras retóricas

Esta técnica consiste en crear conexiones entre conceptos u ideas del tema, para ello se emplearon diversas palabras planteadas anteriormente en la lluvia de ideas.

Dirección = Sentido, recorrido, trayectoria

Unión = lazo, vínculo, conexión, enlace, comunicación

Riel = vía, ruta, camino, líneas

Tiempo = Movimiento, rapidez, ciclo, flujo

03 &gt;

## Asociaciones + Lluvia de ideas

Para esta técnica fueron seleccionadas palabras al azar y se realizaron asociaciones en busca de nuevos conceptos.

Intérprete + historia = Intérpretes de la historia

Mundo + viaje = viaje por otros mundos

Conectar + pasado = Conectando tiempos

Paralelo + mundo = Universos paralelos

Medida + tiempo = A la medida del tiempo

Pasado + Testimonios = testigos del tiempo

## Selección de concepto

Finalmente se analizan las ideas obtenidas de los ejercicios creativos y se elige las tres opciones más viables, que van acorde a la esencia del Museo del Ferrocarril.

01 > “Un viaje en el tiempo”

02 > “Tiempos paralelos”

03 > “Conectando tiempos”

# ***Conectando tiempos***

(Vínculo - espacio-tiempo)

Conexión  
Unión  
Enlace  
Viaje  
Contacto

Periodo/ época  
Dirección  
Movimiento  
Trayectoria  
Pasado  
Desarrollo  
Generaciones

*El tiempo y el espacio interactúan entre ellos creando conexiones / vínculos con nuestra historia, cultura e identidad.*

## **Concepto creativo**

El Museo del Ferrocarril es un vehículo de transporte de la historia, que a través de sus espacios crea vínculos del pasado con el presente, permitiendo concebir el intercambio de conocimiento y experiencias que transportan a sus visitantes por el tiempo, creando conexiones con su historia, cultura e identidad.



## 3.6 Premisas de diseño

Establecido el concepto creativo fue importante definir los códigos visuales que aportarían coherencia visual a cada elemento de la imagen, por lo que se constituyen las siguientes premisas de diseño:

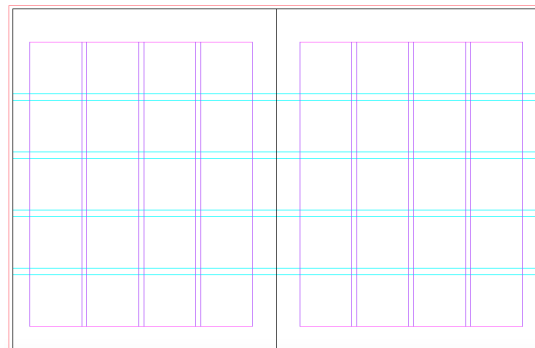
### Color

El color y sus códigos permiten organizar la información a nivel visual y de manera práctica mediante la codificación cromática, en los elementos de la identidad deben estar presentes: un color dominante (rojo, respetando la paleta actual), que será el principal para llamar la atención del usuario; blanco y negro como colores complementarios que juntos aporten un detalle visual efectivo, así mismo el color trabajara en superposición de textos o componentes de la imagen que vinculen los elementos propios del lenguaje ferroviario.



### Retícula

Una composición unificada y visualmente satisfactoria, para la composición y disposición de los elementos bajo un ritmo común, en función de la limpieza, legibilidad y objetividad junto al diseño sistemático basado en retículas modulares para introducir los elementos del contenido para generar armonía entre sí, dar variedad y dinamismo.



## Tipografía

Grotescas, debido a que son tipografías sin remates caracterizadas por sus formas bien definidas, la homogeneidad del trazo, su contraste entre blancos y negros para dotar de uniformidad la composición; estas permitirán generar una antítesis, conexión que aporten un carácter moderno, armonicen y trabajen en función con las diversas fuentes tipográficas que hagan alusión al carácter antiguo del museo, que vinculen el pasado con el presente y que contribuyan a generar un detalle visual efectivo y atractivo.

ABCDEFGHIJKLMOP  
 QRSTUVWZYZabc  
 defghijklmnopqrstu  
 xyz0123456789

## Elementos gráficos

Las líneas, siendo un elemento propio del lenguaje ferroviario, como símbolo del vínculo que conecta el tiempo, lugares, personas, generaciones y las mismas con su entorno, además de representar movimiento, transición y progreso; usando distintos recursos y signos del museo que formen parte en cada pieza y componente del diseño de la identidad.



Fuente:  
<https://www.flickr.com/photos/105254834@N05/>

# 04

## Planeación Operativa

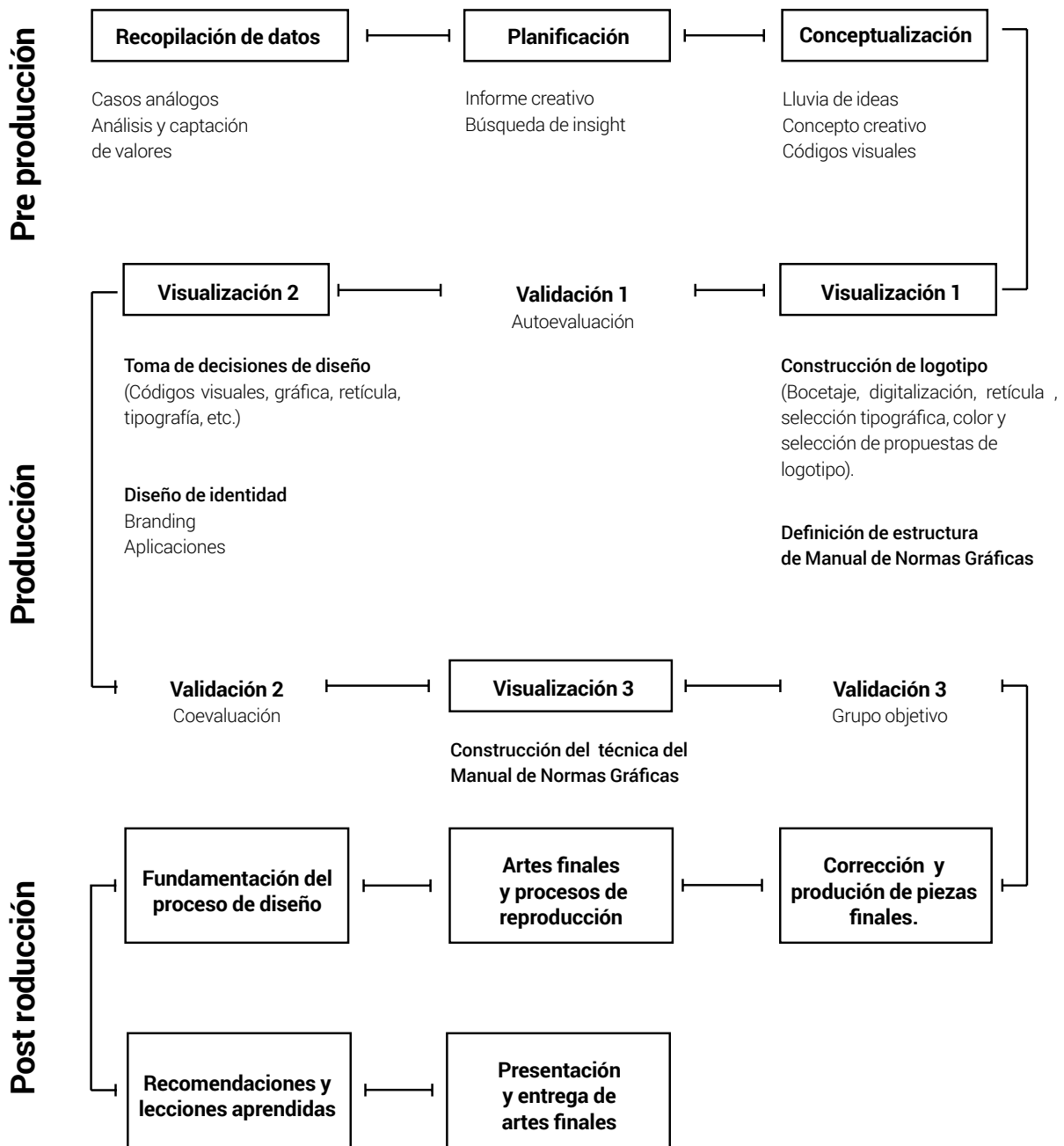
---

- 4.1 Flujograma del proceso
- 4.2 Cronograma de trabajo



# 4.1 Flujograma del proceso

El flujograma es una de las herramientas más útiles en el proceso ya que permite visualizar las actividades y procesos que implica cada fase del desarrollo y producción del proyecto en donde cada actividad mantiene una conexión lógica en relación a las demás.



## 4.2 Cronograma de trabajo

El cronograma muestra de forma ordenada las diferentes tareas, tiempo de duración y la planificación que conllevó el desarrollo del proyecto.

Fase	Actividad	Abr-Jul	Ago	Sep	Oct	Nov
<b>Fase de diagnóstico</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Etapa de investigación de antecedentes historicos</li> <li>Elaboración y aplicación de instrumentos</li> <li>Recopilación, análisis de resultados y definición del problema</li> </ul>	█				
<b>Elaboración de protocolo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Primera entrega y revisión de protocolo</li> <li>Visitas y reuniones con la institución</li> <li>Entrega final del protocolo</li> </ul>	█	█			
<b>Planificación operativa</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Planteamiento del método de trabajo</li> </ul>		█			
<b>Marco teórico</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Definición esquemática de temas</li> <li>Investigación de referencias para ensayos</li> </ul>		█			
<b>Definición creativa</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Recopilación de referentes</li> <li>Investigación de casos análogos</li> <li>Desarrollo de informe creativo/ Brief</li> </ul>		█			
<b>Etapa conceptual</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Desarrollo de concepto creativo</li> <li>Definición de códigos visuales</li> </ul>			█		
<b>Producción gráfica</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Primer nivel de visualización (bocetos)</li> <li>Segundo nivel de visualización (digital)</li> <li>Validación con profesionales /coevaluación</li> <li>Toma de decisiones de diseño</li> <li>Presentación y elección de propuestas.</li> <li>Cambios pertinentes</li> <li>Tercer nivel de visualización (Prototipo)</li> <li>Etapa de Validación</li> <li>Cambios a partir de la etapa de validación</li> <li>Producción de piezas finales</li> <li>Documentación del proceso de diseño</li> </ul>			█	█	█
<b>Informe de proyecto</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Producción gráfica del informe de proyecto</li> <li>Entrega final de informe de proyecto</li> </ul>				█	█
<b>Presentación final</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Presentación final del proyecto</li> </ul>					█

# 05

## Marco Téorico

---

5.1 Caminos de hierro

5.2 El diseño como apoyo al discurso de la identidad



## 5.1

# Caminos de Hierro

En el contexto nacional el concepto de identidad esta cada vez más vigente, y este firmemente ligado al patrimonio cultural; ambos son un elemento vital para la conservación de tradiciones, desarrollo sociocultural y preservación de sus bienes, que contribuyen en el desarrollo educativo del país.

La globalización cada día amenaza la identidad cultural de la sociedad y de su patrimonio, y Guatemala no esta exenta de esta problemática, situación que ha demeritado las instituciones nacionales, que buscan a través de la interpretación de los elementos de su patrimonio generar un impacto sociocultural.

Guatemala está conformada por numerosas instituciones culturales que buscan su inserción cultural a la sociedad, entre las cuales se encuentra; El Museo del Ferrocarril, el cual forma parte sustancial de la historia ferroviaria del país y que constituye una parte importante de la herencia cultural tangible de nuestra nación; pese a esto, es uno mas de estos espacios de esparcimiento y cultura que se enfrenta a dicha problemática, y que con el tiempo han dejado de ser temas de interés social en la cultura guatemalteca, los que son ajenos a la enorme importancia de estos recintos de conocimiento y cultura; sumado a esto la apatía por parte de las autoridades del gobierno y su mal uso de fondos públicos son un impedimento más para el desempeño de sus funciones museográficas, afectando la conservación de sus bienes, reconocimiento, promoción y trascendencia dentro del contexto sociocultural del país.

### ***Recorrido de una herencia***

El Centro Cultural y Museo del Ferrocarril fue fundado el 8 de enero del año 2004, surgió a raíz la suspensión y cese de actividades del transporte ferroviario en el país, como usufructo de los bienes otorgados por el estado, declarándolo patrimonio histórico de la nación avalado por la Constitución Política de la República de Guatemala.

Ubicado en el centro histórico de la ciudad capital, ocupa el edificio de lo que en un tiempo se conoció como la estación central, la cual fue destruida a causa de los terremotos de 1917 y 1918, y posteriormente por un incendio en el año 1995, lo que llevó a la remodelación del gran parte del edificio, sin embargo la forma de la estructura original se mantiene hasta en la actualidad. Cuenta con una gran colección de diversos tipos de piezas, mobiliario y material rodante que en una época fueron parte del sueño de ser un factor de crecimiento y desarrollo para país, y que ahora son solo parte del recuerdo que se integra en las diferentes salas y exposiciones del museo.

Actualmente el museo está abierto a todo el público nacionales y extranjeros, brindando un espacio de conocimiento para recreación e intercambio cultural, ofreciendo recorridos a centros educativos y diversas actividades culturales, transportando a los visitantes a través del tiempo.

### ***Aporte histórico y Cultural***

Los museos son un claro reflejo de la evolución y desarrollo histórico que conforman una parte importante en la sociedad, de acuerdo a El Consejo Internacional de Museos (ICOM), de la Unesco define un museo como: “Una institución permanente, sin fines de lucro, al servicio de la sociedad y abierta al público, que adquiere,

conserva, estudia, expone y difunde el patrimonio material e inmaterial de la humanidad y su ambiente con fines de estudio, educación y recreo.” (ICOM, 2007); cada una sus funciones cumplen un papel fundamental en la difusión del conocimiento y en la transformación social de una nación, siendo importante pieza en la identidad del país.

Como cita Molano L (2009) “La identidad sólo es posible y puede manifestarse a partir del patrimonio cultural, que existe de antemano y su existencia es independiente de su reconocimiento o Uno de sus deberes primordiales del valoración. Es la sociedad la que a manera de agente activo, configura su patrimonio cultural al establecer e identificar aquellos elementos que desea valorar y que asume como propios y los que, de manera natural, se van convirtiendo en el referente de identidad (...) Dicha identidad implica, por lo tanto, que las personas o grupos de personas se reconocen históricamente en su propio entorno físico y social y es ese constante reconocimiento el que le da carácter activo a la identidad cultural (...) El patrimonio y la identidad cultural no son elementos estáticos, sino entidades sujetas a permanentes cambios, están condicionadas por factores externos y por la continua retroalimentación entre ambos”(Bákula, 2000: 169); entendiéndose que dicha identidad esta claramente ligada al patrimonio y cultura de los guatemaltecos, pero ¿que es identidad?

Según la definición de González-Varas Ibáñez (1999): “La identidad cultural de un pueblo viene definida históricamente a través de múltiples aspectos en los que se plasma su cultura, como lengua, instrumento de comunicación entre los miembros de una comunidad, las relaciones sociales, ritos y ceremonias propias, o los comportamientos colectivos, esto es, los sistemas de valores y creencias (...) Un rasgo propio de estos elementos de identidad cultural es su carácter inmaterial y anónimo, pues son producto de la colectividad.”



Por lo que se puede deducir que los museos son parte de esos espacios de colectividad, que así mismo busca fomentar un pensamiento crítico, generar ese intercambio cultural, educar y sensibilizar a la población.

### ***Función y panorama actual del museo***

Como menciona Lewis (2007): “El museo tiene el importante deber de desarrollar su papel educativo y de atraer un vasto público surgido de la comunidad, de la localidad o del grupo al cual presta sus servicios. La interacción con la comunidad y la promoción de su patrimonio forman parte de su misión educativa.” Por medio del resguardo, conservación y difusión El Museo del Ferrocarril debe buscar generar un entorno de aprendizaje, que permitan mostrar a la sociedad la importancia de su patrimonio, formando conciencia en el público del lugar que ocupa dentro de la sociedad, como aporte a su identidad, además de brindar una experiencia educativa, a los visitantes de diversos sectores y clases sociales del país, principalmente a estudiantes de nivel primario con el objetivo de fortalecer al proceso enseñanza-aprendizaje, mediante la educación no formal que ofrecen en sus espacios, permitiendo a los visitantes aprender, descubrir y comprender su historia.

Siendo un espacio de aprendizaje y desarrollo social, tiene el compromiso de garantizar la protección, documentación y promoción del patrimonio con el fin transmitir la realidad de los valores sociales y culturales, como indica Lewis (2007): “Los museos se ocupan de los bienes culturales de la humanidad y los interpretan para el público”, bienes que ocupan una parte importante de la sociedad y contribuyen a fortalecer la identidad y cultura de la nación, esto implica el compromiso por parte la institución y del estado por velar por cumplimiento de sus estatutos y políticas involucrando a diversos actores que permitan llevar a cabo todas sus funciones.

En Guatemala los museos afrontan una difícil realidad, ya que no cuentan con el total apoyo por parte del gobierno, y el presupuesto asignado a estas instituciones es limitado, por lo que se enfrentan muchos desafíos para lograr el cumplimiento de sus labores como la conservación adecuada, restauración y el mantenimiento de sus bienes debido a que implican una gran inversión económica, como se expone en el Código de deontología del ICOM para los museos (2006) “La primera obligación de los órganos rectores y de todos los interesados por la orientación estratégica y la supervisión de los museos es proteger y promover ese patrimonio, así como los recursos humanos, físicos y financieros disponibles a tal efecto.” Dicho esto, el estado debería de proveer todos los recursos necesarios que permitan continuar con su funcionamiento ya que forman parte sustancial de la historia y del desarrollo sociocultural del país, por lo que el museo han buscado estrategias que permitan generar ingresos, como el arrendamiento de sus espacios de exposición como medio para generar ganancias que les permitan su funcionamiento, causado daños irreparables en el patrimonio.

Sumado a esto se enfrentan con otro problema, el desinterés y la apatía por parte de la población. La sociedad se aleja cada día más del conocimiento y la asistencia de visitantes a estos espacios de cultura cada vez es menor.

### ***Cultura de museos***

El panorama actual de los museos nacionales es lamentable, en Guatemala no existe una cultura de museos, a pesar de que estas instituciones que están abiertas a todo el público, son muy pocos aquellos que los buscan por acervo personal, y que un su mayoría son frecuentados por visitantes de diversos centros escolares del país de los cuales, en un mayor porcentaje, asisten obligados como requisito de alguna asignatura.

Cada día son menos los que acuden a estos espacios con fines de esparcimiento, las personas se muestran apáticas a estos espacios, como una buena alternativa de recreación. Éstos lugares llenos de historia y conocimientos cada vez más pierden su propósito ya que se afrontan ante sociedad que no está educada en esa cultura de conocer los tesoros que esperan en los museos y en los conocimientos que estos pueden aportar.

Es importante generar conciencia del papel fundamental que cumplen los museos en la sociedad ya que van ligados a nuestra cultura que se entiende como: "la que hace de nosotros seres específicamente humanos, racionales, críticos y éticamente comprometidos." (UNESCO, 1892: Declaración de México); ella está ligada a la falta de educación, sujeta a la ignorancia y pobreza de un país.

### ***Museos e innovación***

Los museos se enfrentan a una sociedad cambiante que evoluciona a grandes pasos, de acuerdo con Espacio Visual Europa (EVE), (2016) : "Los museos han entrado en una época de cambios muy importantes. Son instituciones a las que se les exige tener visitantes, no sólo para justificar su financiación, sino también para redefinir su papel en la sociedad." lo que establece la importancia de la sociedad y la promoción de su patrimonio, que reafirman su identidad; por lo que es imprescindible intervenir mediante acciones innovadoras. Cuando se habla de innovación no precisamente se refiere a tecnología, sino a la capacidad de generar productos funcionales y estrategias de comunicación apegadas al contexto y realidad al cual se dirige, en donde el diseñador se convierte el vehículo facilitador que permite la divulgación del conocimiento mediante la comunicación visual.

## 5.2

# El diseño como apoyo al discurso de la identidad

Los espacios culturales, como centros de interpretación de nuestra historia colectiva buscan un papel activo en la sociedad, pero ante el surgimiento de nuevas tecnologías enfrentan un desafío constante para concebir ese diálogo con el público que les permita tener un mayor alcance social y cultural; tal es el caso del Centro Cultural y Museo del Ferrocarril de Guatemala, ya que esta saturación informativa ha provocado en el ámbito de la museología la necesidad de generar canales de comunicación con su público; por lo que es necesaria una respuesta activa por parte de estos emisores sociales, trabajando no en la mediación de sus procesos museológicos sino en la intervención y unificación de su imagen institucional a través de metodologías de comunicación, dotándola de estructuras de identidad visual que permita un discurso coherente de su imagen, reflejado en cada uno de los elementos de su identidad, como indica Espacio Visual Europa (EVE) (2014): “La responsabilidad del museo en relación a los aspectos visuales no acaban con la consecución del proyecto museográfico, hay que afrontar el proyecto de identidad visual, quizá como primer paso de todos.”

### ***Sistema de identidad***

En la búsqueda de consolidar relaciones e identificación con su público cada vez más se reconoce la importancia que tiene la identidad visual en las instituciones, ya que contribuye al alcance de sus objetivos. “La implicación primera y más importante de este desplazamiento es que el diseño de un perfil de imagen institucional conduce necesariamente a un planteamiento (o replanteamiento) de la identidad institucional, pues la imagen es el efecto público en un discurso de identidad.” (Chaves, 1988).

En el ámbito de la museología la identidad visual cumple una función fundamental, ya que es lo que primero se reconoce, recuerda y consecutivamente se asocia, de acuerdo con Costa (2009) “La imagen de empresa es la representación mental, en el imaginario colectivo, de atributos y valores (identidad) que funcionan como un estereotipo y determinan la conducta y opiniones de esa colectividad.”

Siendo la identidad institucional un elemento de reconocimiento y diferenciación, que busca crear un vínculo con el público, debe ser construida a partir de un sistema de códigos o modelo cultural que facilite la transmisión de valores, emociones y experiencias, dotada de elementos propios de la institución y su contexto con los cuales puedan distinguirse y concebir una respuesta por parte de su grupo objetivo.

El desarrollo de identidad visual para el Museo del Ferrocarril permitirá mantener congruencia entre su filosofía institucional y la imagen gráfica, a partir del conjunto de códigos visuales que consoliden una imagen unificada y coherente. Todos esos elementos que inciden en la percepción que las personas tienen de la institución y que integran todos los signos diferenciadores de una imagen forman parte de lo que se conoce como un sistema de identificación visual o branding.

Este sistema de identificación está compuesto por diversos signos como el logotipo, color y tipografía que interrelacionados dan sentido a su imagen; el logotipo es un elemento de gran importancia ya que este confiere reconocimiento y diferenciación ante el público, “Un logo es el resumen de una identidad. Debe expresar el máximo de cualidades, características o personalidad de la realidad que va a representar. Debe hacerlo con el mínimo de elementos posibles” (Manuel Estrada. Los Cuadernos del Equilibrista). Un buen logotipo debe ser funcional, legible y de versátil aplicación en los diversos soportes de comunicación; también debe poseer todos los atributos, valores y rasgos propios de la identidad que le permiten ser memorable.

El color es otro aspecto de diferenciación que permite dotar de un carácter gráfico propio a la identidad el cual debe estar presente en cada uno de los materiales y productos de la institución, es importante tomar en cuenta los aspectos del contexto cultural al momento de elegir una paleta de color ya que como dice Ambrose, Harris (2005): “estamos sujetos a las normas culturales y a las connotaciones del uso del color a nuestro alrededor”: al igual que el color la selección tipográfica estará sujeta al concepto mismo de la institución por lo que debe connotar características propias de su identidad y proporcionar dirección a cada uno de sus mensajes.

En la definición de la línea gráfica para el museo intervienen todos estos signos, que conforman parte de los códigos identificadores de su identidad, y unidos crean una imagen sólida, con estilo y personalidad, que permiten la experimentación visual de la marca en los diversos medios de comunicación, materiales y soportes institucionales, de acuerdo con Mansard, Mora & Parga (2007) “Para producir un lenguaje museográfico se necesitan códigos visuales, cromáticos y textuales (diseño gráfico y fotografía), el espacio de exhibición

(museografía), el mobiliario y la ambientación (diseño industrial y museográfico) y el tiempo del recorrido (el visitante)”; estos códigos componen parte fundamental del imaginario colectivo del Museo Ferrocarril, que permiten crear un entorno para el aprendizaje y ocio, ofreciendo así una mejor experiencia a cada uno de sus visitantes.

### ***La guía del museo***

El normar el uso de la imagen gráfica del Museo del Ferrocarril, a través de un manual de normas gráficas, permitirá establecer parámetros y lineamientos de identidad visual con el fin de unificar criterios para el uso y aplicación de sus signos identificadores en cada canal de comunicación visual, que garanticen la consistencia en el uso de su imagen, así como su correcta reproducción; optimizando la producción gráfica reforzando sus cualidades estéticas y de comunicación, sistematizando estrategias de comunicación visual que permitan generar esa identificación y reconocimiento ante el público. “El manual del sistema de identificación visual es el resultado de las exigencias de normalización de la imagen gráfica. Esos manuales -de uso extendido en la gestión de la imagen institucional- cumplen varias funciones además de la de guía para la reproducción fiel de los signos”.(Chaves, 2005); el manual no solo es una guía también constituye un reglamentación que requiere del compromiso por parte de de todo aquel que tenga participación en la gestión de la imagen del museo; respetar todas las consideraciones plasmadas en el manual permitirán construir una identidad sólida y unificada, así mismo un mejor sistema de comunicación externa e interna de la institución bajo una misma imagen fortalecerá a su reconocimiento y diferenciación en la sociedad.

“El diseño de identidad institucional visual deberá estar normalizado, es decir, contará con las normas y reglas de aplicación adecuadas a cada

soporte visual, incluido un apartado que muestre claramente lo que nunca se debe hacer con el uso de la marca Institucional. Otros apartados dentro de la normalización del uso de la marca pueden ser: construcción de la marca en vertical y horizontal, colores y fondos, tipografías de uso institucional y auxiliares, programa de señalética, aplicación de la marca en soportes de comunicación tanto impresos como digitales, etcétera.” (Espacio Visual Europa -EVE-, 2015); El manual se compone de diversos apartados, en cada uno de ellos se establecen lineamientos esenciales en cuanto al uso de la imagen; además recopila todos los códigos que forman parte fundamental de la misma, tomando en cuenta aspectos y consideraciones de aplicación para cada uno de los medios o canales de la imagen desde el material impreso, la señalética, el ambiente interior hasta los uniformes del personal, todos son medios se convierten en soportes de la identidad del museo ya que provocan cambios en la forma en que es percibida la institución por el público.

Para que un manual pueda cumplir con sus objetivos debe ser como menciona Gómez & Herrero (2013); estratégico, visual, comprensible, breve, respetuoso, equilibrado, digital y modificable. Cada uno de estos aspectos establecen un ritmo y orden en su estructura y transmiten lo más claramente posible cada una de sus indicaciones, así mismo en la construcción del manual intervienen diversos principios de diseño tales como el color, tipografía, forma, imagen, etc. Estos principios ayudan a mantener una conexión y coherencia entre cada material del museo conservando los mismos atributos todos sus elementos, que en conjunto armonía a cada una de sus páginas.

El diseño del manual mediante la maquetación de su contenido, establecerá un el orden y claridad dentro del formato de uso de retícula bidimensional que a través de la segmentación del espacio proporcionan una distribución adecuada de los elementos, tales como texto, imágenes e ilustración, generando una

composición eficaz, llamativa y dinámica; dicha distribución aporta coherencia, estructura y unidad a la pieza, además de permitir la experimentación visual de los elementos. “Una retícula adecuada en la configuración visual posibilita la disposición del material visual de modo que sea fácilmente inteligible y estructurado con un alto grado de interés”. (Müller-Brockmann, 2012).

La normalización de la imagen visual para el Museo del Ferrocarril permitirá una coherencia en su discurso con el público fortaleciendo su comunicación, posicionamiento, promoción e identificación, así como la sensibilización ciudadana respecto a estos espacios conocimiento y cultura, ofreciendo no solo una experiencia educativa si no también visual conformada por distintos elementos en los cuales el diseño desempeña un papel fundamental en la de la consolidación de su identidad, proceso en el cual el manual de normas graficas y múltiples actores deben aportar e intervenir con el fin de lograr una identidad sólida.

# 06

## Producción Gráfica y Evaluación

---

- 6.1 Visualización 1
- 6.2 Validación 1
- 6.3 Visualización 2
- 6.4 Validación 2
- 6.5 Visualización 3
- 6.6 Validación 3
- 6.7 Proceso de creación de identidad gráfica



---

Para el desarrollo del manual de normas gráficas para el Museo del Ferrocarril, fue necesaria la construcción de una imagen institucional conformada por signos y elementos a partir de la definición de sus códigos visuales; siendo sustanciales para su comunicación y componentes claves en la composición e imagen del manual.

Debido a que el manual responde a la necesidad de asegurar la correcta aplicación de cada uno de los elementos de la identidad visual de la institución, para las fases de visualización y validación se establece un proceso de acuerdo a las necesidades del proyecto; a continuación se evidencia el proceso de la siguiente manera:

## Fase de visualización

- 6.1 **Visualización 1** > Proceso de construcción del logotipo.
  - > Definición de la estructura del contenido de Manual de Normas Gráficas.
- 

- 6.3 **Visualización 2** > Definición de códigos visuales y desarrollo de material institucional.
  - > Definición de formato y retícula del Manual de Normas Gráficas.
- 

- 6.5 **Visualización 3** > Corrección del logotipo e identidad gráfica a partir de coevaluación
- > Construcción del Manual de Normas Gráficas.

## Fase de evaluación

Cada fase de evaluación responde a los niveles de visualización establecidos anteriormente, evaluando y validando aspectos de logotipo, identidad gráfica y Manual de Normas Gráficas según el nivel correspondiente.

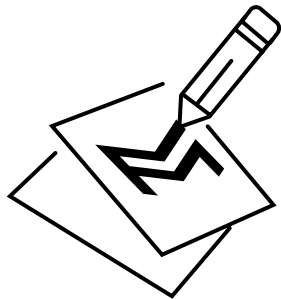
- 6.2 **Validación 1** > Autoevaluación
- 

- 6.4 **Validación 2** > Coevaluación con profesionales de diseño
- 

- 6.6 **Validación 3** > Validación con grupo objetivo



# Nivel 1 de de visualización



## **Construcción del logotipo**

Definición de estructura del contenido del Manual de Normas Gráficas

> ***Validación 1***

# 6.1 Nivel 1 de visualización

En el presente nivel se detalla el proceso de **construcción del logotipo desde el bocetaje hasta la digitalización del mismo, así como la definición de la estructura del manual de identidad.**

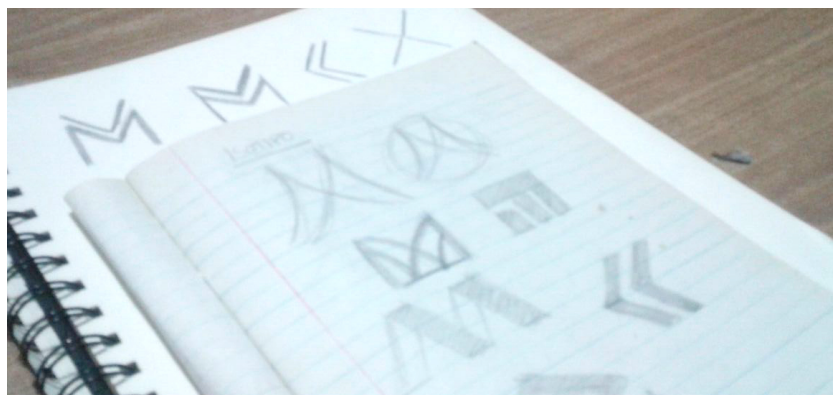
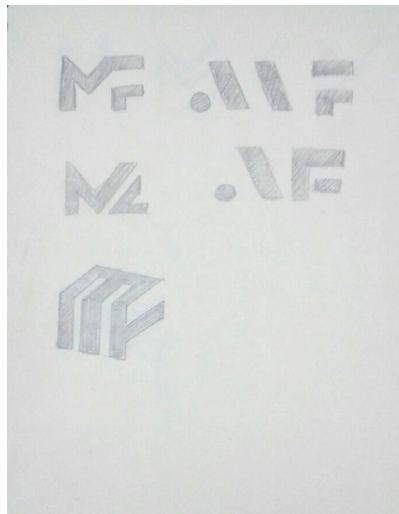
## Logotipo

### *Bocetaje*

Definido el concepto creativo y establecidas las premisas de diseño se procedió al desarrollo de la identidad gráfica, partiendo de la construcción del logotipo, tomando en cuenta que es un elemento sustancial que rige todos los elementos de la identidad visual y permite visualizar el mensaje que se desea transmitir. Se realizaron diversas series de bocetos para la de logotipo, plasmando numerosas ideas que surgieron durante el proceso.

### ≡ Isotipo

Con las propuestas generadas inicialmente se buscaba crear un isotipo monogramático, empleando las iniciales extraídas del nombre del museo, formado varias ideas a nivel de bocetaje.





**MUSEO DEL FERROCARRIL**

**MUSEO DEL FERROCARRIL**



### ***Digitalización***

Debido a que el proceso de desarrollo de identidad conllevó un planteamiento diferente a otros proyectos, fue necesaria la digitalización de las propuestas para continuar con las demás fases correspondientes, por ello tras un exhaustivo proceso de bocetaje se digitalizan las propuestas con base en las ideas anteriormente plasmadas.

Finalmente fueron seleccionadas las 4 propuestas que mejor se acoplaban al concepto y las solicitudes de la institución, se detallan a continuación:



## Propuesta

01

La composición de texto fue creada a partir de la digitalización del texto ubicado en la parte inferior frontal del museo, conformado por vigas de hierro siendo una representación de las vías férreas, siendo una tipografía geométrica que posee rasgos fuertes y rígidos que transmiten fuerza, transición y transformación.



## Propuesta

02

Las líneas se interceptan / bifurcan diferentes direcciones al igual que las líneas férreas, formando la letra inicial del museo.



## Propuesta

03

Para la propuesta se crea un isotipo monogramático, empleando las iniciales extraídas del nombre del museo; representa direccionalidad, trascendencia, movimiento, desarrollo y dinamismo.



## Propuesta

04

La propuesta se desarrolló a partir la Integración de las iniciales del museo de forma isométrica, lo que brinda un peso y dimensión al isotipo; en el plano juega con líneas paralelas entre sí, por lo que por su estructura y geometría se asocia con facilidad a las vías férreas.

# Manual de Normas Gráficas

## Definición de estructura

Como punto de partida para el desarrollo del Manual de Normas Gráficas se definió la estructura del contenido (Índice/ Tabla de contenido), segmentando cada tema a tratar en los diferentes capítulos del manual, tomando en cuenta los elementos que constituyen el diseño de una identidad gráfica.

<b>Contenido del Manual</b>	
Tabla de contenido	
<b>Introducción ( Presentación)</b>	
01	importancia del contenido del manual de identidad, la forma en que debe ser utilizado, manipulado, conservado, así como indicaciones para la reproducción del mismo como de los materiales de identidad.
02	¿Quiénes somos? Historia, misión, visión y valores de la institución
03	<b>Desarrollo de imagen</b> Definición de Concepto creativo
<b>Lineamientos</b>	
<b>Capítulo I - Logotipo</b>	<b>Capítulo IV - Imágenes</b>
Construcción del logotipo	Imágenes
Logotipo versión positivo	Tratamiento de la imagen
Logotipo versión negativo	Imágenes y logotipo
Isotipo versión positivo	Patrones y formas
Isotipo versión negativo	Signos
Variaciones de color del Logotipo	<b>Capítulo V- Material Corporativo</b>
Variaciones de color del Isotipo	Papelería
Área de seguridad	Tarjetas de presentación
Posiciones del logotipo	Hojas membretadas
Posiciones del isotipo	Sobres
Tamaños del logotipo	Folders
Usos incorrectos del logotipo	(Gafetes)
<b>Capítulo II - Sistema de color</b>	Digital
(Colores oficiales del logotipo)	Firma de correo electrónico
Sistema de color primario	Mailing
Forma correcta e incorrecta de utilizar los colores	Redes Sociales
<b>Capítulo III - Tipografía</b>	Facebook
Uso correcto de fuentes	Header principal facebook ( institucional/ eventos) (2)
• Titulares	Heder eventos
• Cuerpo de texto	Post ( atracción/ informativo)(2)
Usos incorrecto de fuentes	Foto de perfil (2 variaciones)
	Instagram
	Publicación atracción/ informativo

## 6.2 Validación 1

### Logotipo

En el proceso de autoevaluación se construyó una Tabla donde se evaluaron diversos aspectos de las 4 propuestas de diseño de logotipo desde la perspectiva del estudiante de manera objetiva, determinando si las propuestas reunían todas las condiciones necesarias acorde a las necesidades de comunicación de la institución, evaluando aspectos como, congruencia, fijación, legibilidad, lecturabilidad, composición, abstracción y estética, cada aspecto fue ponderado en un rango de 1 a 5, donde 1 representa una baja ponderación y 5 una alta. **(Ver anexos 01)**

#### *Análisis de resultados*

#### > Propuesta 01

**Resultado 20/35**

**Congruencia:**

El diseño del logotipo tiene coherencia en relación al concepto establecido.

**Composición:** La composición del texto principal es agradable, sin embargo el secundario rompe con la armonía.

**Fijación:** La composición se adecua y relaciona directamente a la identidad.

**Estética:** Se percibe cualidades estéticas que podrían mejorarse.

**Lectorabilidad y legibilidad:** El texto secundario se pierde en relación al texto central.

#### > Propuesta 02

**Resultado 20/35**

**Congruencia:** El diseño es poco coherente.

**Composición:** la composición de isotipo en relación al texto podría mejorar.

**Fijación:** La composición es poco adecuada para la identidad.

**Abstracción:** La abstracción es poco clara y puede resultar difícil de interpretar.

**Lectorabilidad y legibilidad:** Posee alto grado de lecturabilidad y legibilidad.

**Estética:** nivel estético medio.

## &gt; Propuesta 03

**Resultado 32/35****Congruencia:**

El diseño del logotipo tiene coherencia en relación al concepto establecido.

**Fijación:** La composición y construcción de sus elementos aportan a la identidad.

**Lectorabilidad y legibilidad:**

Posee alto grado de lecturabilidad y legibilidad.

**Composición:** La composición de isotipo armoniza en relación al elemento tipográfico.

**Abstracción:** La abstracción es representativa, clara y concisa.

**Estética:** Alto nivel estético.

## &gt; Propuesta 04

**Resultado 32/35**

**Congruencia:** El diseño del logotipo es coherente en relación al concepto.

**Fijación:** La composición aporta poco a la identidad.

**Lectorabilidad y legibilidad:** El logotipo posee alto grado de lecturabilidad y legibilidad.

**Composición:** la composición de isotipo en relación al texto podría mejorar.

**Abstracción:** La abstracción es clara y concisa.

**Estética:** Nivel estético medio.

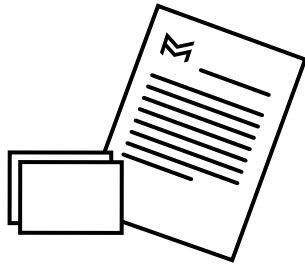
**Conclusión**

- > De acuerdo con los resultados obtenidos en la autoevaluación, fue seleccionada la propuesta no.3 que cumple con los criterios de principios de diseño manteniendo armonía en cada elemento, siendo un factor fundamental para la identificación del museo.

**NOTA:**

El logotipo posteriormente fue evaluado por profesionales y por el grupo objetivo, **esto se evidencia en el inciso 6.4 validación 2, pag.69 y 6.6 validación 3, pag. 80.**

# Nivel 2 de de visualización



## **Definición de códigos visuales y desarrollo de material institucional**

Definición de formato y retícula del Manual  
Normas Gráficas

> ***Validación 2***



## 6.3 Nivel 2 de visualización

El nivel que a continuación se presenta corresponde a la **definición de códigos visuales de la identidad gráfica, definición de formato y retícula del manual.**

### Logotipo

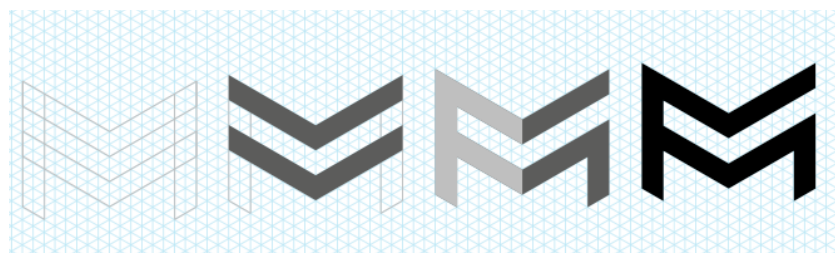
Tras el proceso de autoevaluación en donde se determinó la propuesta de logotipo a trabajar y se procedió a la definición de su estructura y fundamentación; a continuación se detalla la propuesta seleccionada.



### *Composición*

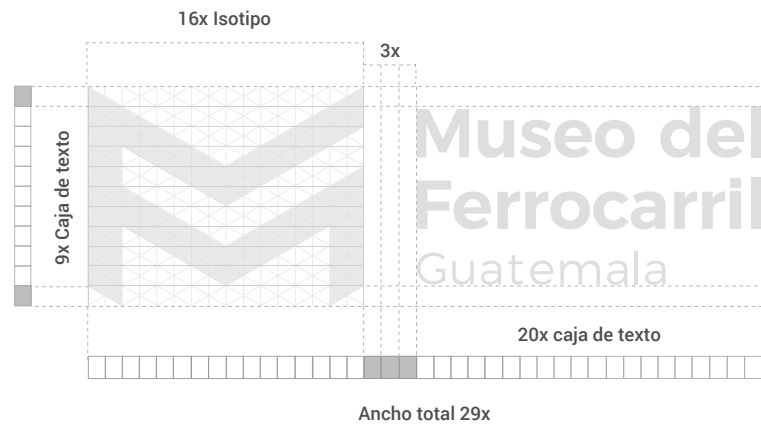
El isotipo, surge de la abstracción de las iniciales del Museo del Ferrocarril “MF” tomando como base las líneas representativas de las locomotoras eléctricas, siendo las mismas un importante componente del lenguaje ferroviario y de la identidad .

La composición del logotipo representa la direccionalidad, trascendencia, dinamismo, movimiento y desarrollo histórico del museo, reflejado en la geometría de cada elemento, mediante el uso de una retícula isométrica para la construcción del isotipo que en conjunto con la selección tipográfica juega con su carácter geométrico, brindándoles una imagen que facilita el contacto, reconocimiento, interés e identificación de la institución.



## Construcción

El logotipo fue construido bajo una retícula o guía base a partir de módulos que subdividen su totalidad, manteniendo una disposición igual de todos los elementos que lo conforman, asegurando su ubicación de manera estratégica, creando una composición coherente y visualmente armoniosa. El isotipo se generó bajo una retícula isométrica, compuesta por una guía base de 16 x 11 módulos en donde **cada recuadro es un módulo x**



Por su alta legibilidad para la composición de texto del logotipo la tipografía del tipo sans serif Montserrat diseñada por Julieta Ulanovsky, que por su estilo geométrico contrasta con los rasgos del Isotipo, brindando un estilo moderno, simple e industrial a la imagen del museo.

## Manual de Normas Gráficas

### Definición de códigos visuales

A partir de la selección del logotipo, se dio inicio a la definición los códigos visuales y construcción de elementos gráficos que conformarían parte la identidad visual del museo.

### Patrones

Como parte del sistema de identidad visual, se crearon patrones de formas lineales contruidos a partir de la retícula base del logotipo, buscando generar una variedad de composiciones y combinaciones que pudieran ser utilizadas en las diferentes adaptaciones gráficas. El concepto es representado en la gráfica por medio de un "lenguaje de líneas", siendo un elemento propio del lenguaje ferroviario, proporcionando elementos y recursos gráficos que aportan coherencia, enriquecen y fortalecen la imagen; se establece que dichos elementos trabajarán en función de una retícula modular, produciendo una imagen dinámica y llamativa.



Para el desarrollo de elementos los gráficos se empleó la misma **retícula isométrica** utilizada en la construcción del logotipo.



### Tipografía

En las premisas de diseño se propusieron diversos códigos, los cuales fueron evolucionado durante el proceso como la tipografía, para la que se definió como fuente primaria institucional la familia tipográfica de licencia abierta **SLI (Open Font Licence) “Roboto”**, siendo una tipografía muy versátil de carácter moderno y del tipo sans serif, que por su estilo mecánico y sus formas geométricas se integra muy bien con las formas desarrolladas para la identidad y a su vez al logotipo. Como tipografía secundaria establece la **“PT mono”** del tipo serif de licencia abierta **SLI (Open Font Licence)** que consta de un solo estilo en versión regular, utilizada para el sistema numérico y textos secundarios.

Fuente Primaria:  
Roboto **Titulares y  
cuerpos de texto**

### Roboto

ABCDEFGHIJKLMOP  
QRSTUVWXYZ abc  
defghijklmnopqrstu  
xyz0123456789

Fuente secundaria:  
PT mono **Textos  
Secundarios y  
sistema numérico**

### PT Mono

ABCDEFGHIJKLMOP  
QRSTUVWXYZ abcdefg  
hijklmnopqrstu  
xyz0123456789

Así mismo se implementa tipografía "Roboto Condensed", utilizada para los textos de señalización de espacios/ ambientes de la institución.

Fuente complementaria:  
Roboto Condensed

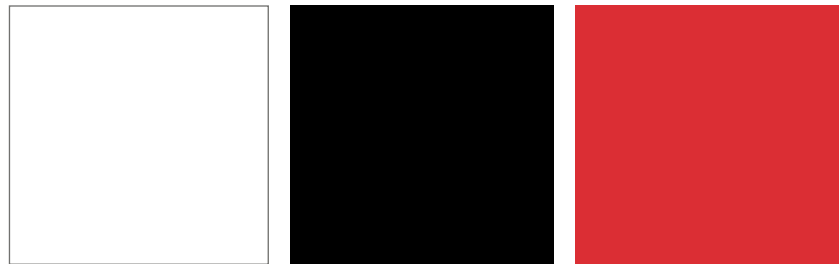
### Textos de señalización

## Roboto Condensed

A B C D E F G H I J K L M O  
P Q R S T U V W Z Y Z a b c  
d e f g h i j k l m n o p q r s t u  
x y z 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

### Color

La paleta de color se mantiene, respetando la actual. Se establece el uso de blanco y negro considerando su facilidad de reproducción en medios impresos y su bajo costo al momento de reproducción. El rojo, siendo un color presente en los espacios de la entidad y fuertemente asociado al lenguaje ferroviario que vincula los elementos del museo y brinda a la identidad visual un carácter industrial, dinámico y moderno.



**CMYK** C0 M0 Y0 K0  
**RGB** R255 G255 B255

**CMYK** C0 M0 Y0 K100  
**RGB** R0 G0 B0

**CMYK** C8 M96 Y87 K1  
**RGB** R203 G21 B39

### *Desarrollo de material institucional*

Definidos los elementos y componentes de la gráfica (Retícula, color, tipografías, símbolos y formas), se procede al desarrollo de las piezas de identidad gráfica como; la papelería corporativa, la iconografía que conforma parte de la señalética interna, cédulas, entre otras aplicaciones.



01.



02.

**Material  
insitucional  
Papelería/  
material  
corporativo**

01. Tarjetas de  
presentación

02. Carpeta

03. Hoja  
membretada,  
sobre formato  
americano

04. Firma de  
correo electrónico



03.



04.



01.



02.



03.

**Material informativo/ señalización interna**

01. Carteles informativos de áreas

02. Cédulas

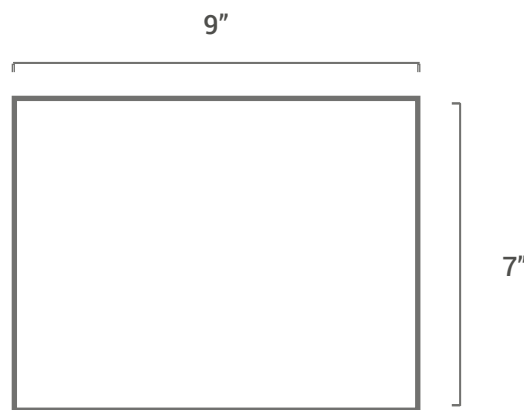
03. Señales de información/prohibición

## Manual de Normas Gráficas

### *Definición formato y retícula*

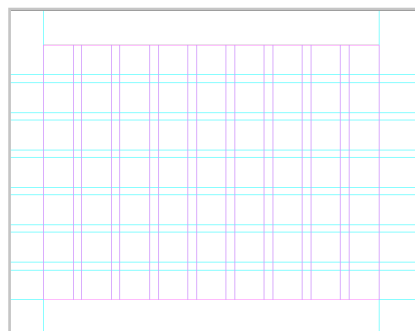
#### Formato

Definidos los elementos de la identidad gráfica, previo al diseño y maquetación del manual, se procedió a definir el formato y retícula en el que se trabajaría la pieza, tomando en cuenta diversos aspectos como: costos de reproducción, orientación, formato y manejabilidad, estableciendo un formato horizontal de 9" x 7" pulgadas, siendo un formato práctico de fácil reproducción que permite una retícula de diagramación amplia para variar la distribución de los elementos en cada página.



#### Retícula

El manual debía mantener la misma coherencia de todas las piezas de la identidad por lo que se decidió trabajar el manual bajo una retícula modular que permite una diagramación organizada, con ritmo y armonía. Se probó crear diferentes estructuras de retículas modulares considerando cual era más apropiada para la distribución y maquetación de la información que implicaba el desarrollo del manual, concluyendo que se usaría una retícula modular de 7 filas x 9 columnas.



## 6.4

## Validación 2

El desarrollo de imagen requiere un proceso constante, en el que no puede descuidarse ningún aspecto de la identidad, con el objetivo de cuidar todos sus detalles para proyectar una imagen coherente y con un alto sentido de pertenencia, en esta fase se evidencia el proceso de coevaluación con profesionales en la que se evaluó: **logotipo, identidad gráfica y manual de normas gráficas** según el nivel de visualización correspondiente.

### Logotipo e Identidad

Para fase de coevaluación con profesionales se empleó el instrumento de la encuesta, evaluando la propuesta de logotipo y de los elementos que conformarían la identidad gráfica. El diseño de la encuesta consta de un texto introductorio referente a la institución, permitiendo contextualizarlos y conocer brevemente el proyecto, seguido de la explicación del concepto creativo con su respectiva fundamentación, la interpretación gráfica de los elementos a partir del concepto, y la construcción y significado del logotipo. La sección de evaluación se compuso por un cuestionario de nueve preguntas de selección múltiple y un apartado para observaciones y/o recomendaciones de los profesionales.

Previo a la encuesta, el diseño del instrumento fue evaluado por el docente de proyecto de graduación realizando las correcciones pertinentes por lo que se establecen parámetros de valoración, la misma se implementó en formato impreso y digital contemplando el horario laboral de los profesionales evaluados, por ello facilitó en versión digital, que mantiene la estructura de la versión impresa.

El instrumento impreso se aplicó luego de haber sido expuestas las muestras de los materiales impresos. La encuesta, evaluó aspectos de coherencia, estética, funcionalidad del diseño en términos de legibilidad y apreciación de la composición visual del logotipo como de los elementos que conforman la identidad gráfica. **(Ver anexos 02/03)**



## Manual de Normas Gráficas

Posteriormente a la fase de validación del logotipo e identidad gráfica, se realizó la evaluación del material que reunía todos los criterios de identidad anteriormente analizados, para ello se recurrió al uso de una encuesta enviada de forma digital, compuesta de 5 preguntas de selección múltiple y un apartado para comentarios.

La evaluación se realizó con un especialista en el tema de diseño editorial que analizó aspectos pertinentes a la composición, construcción y jerarquía, disposición de los elementos de la identidad normados dentro del manual, de cada una de las partes fundamentales de la pieza.

**(Ver anexos 02/ 03)**

### *Conclusiones*

---

La evaluación con profesionales permitió obtener criterios más amplios respecto a los elementos del logotipo, imagen gráfica y del manual de identidad, entre las observaciones se recomienda lo siguiente:

#### **Logotipo**

- Se describió que la propuesta como altamente estética, funcional y atractiva, concluyendo que es una propuesta viable al cumplir con los parámetros de diseño.
  
- Entre las observaciones se recomendó evaluar el tamaño del texto del logotipo en la palabra "Guatemala" ya que en un tamaño muy reducido podría perder su legibilidad; se aconseja aumentar su tamaño para evitar que se pierda en algunas de las adaptaciones por lo que fue necesario hacer pruebas de impresión y evaluar el tamaño del texto.

### **Identidad gráfica:**

- En general los resultados obtenidos fueron positivos remarcando que en términos generales, concluyendo que la imagen gráfica es precisa, estética y funcional.

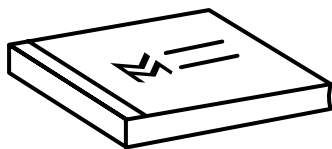
### **Manual de Normas Gráficas:**

- El Manual de Normas Gráficas se rige por los códigos de la identidad gráfica, por lo tanto al comprobar la funcionalidad de sus elementos se confirmó su eficacia, siendo elementos sustanciales para desarrollo del manual.
- La jerarquía de texto divide de manera apropiada cada una de las secciones del manual; el recorrido visual es adecuado al tipo de material por lo que no confunde al lector, el formato es agradable siendo un tamaño de fácil manipulación, el tratamiento de imágenes va acorde al concepto e imagen de la institución, concluyendo que la pieza es estéticamente funcional ya que mantiene coherencia con todos los elementos de la gráfica y comunica con facilidad su contenido.

### **NOTA:**

El proceso de evaluación de los elementos de identidad y del Manual de Normas Gráficas fue evaluado acorde al nivel correspondiente y en simultaneo con el grupo objetivo, con la finalidad de garantizar la efectividad y correcta implementación de la imagen, **esto se evidencia en el inciso 6.6 validación 3, pag. 80.**

# Nivel 3 de de visualización



## **Construcción del Manual de Normas Gráficas**

Corrección del logotipo e identidad gráfica a partir de coevaluación

> ***Validación 3***

## 6.5

## Nivel 3 de Visualización

El presente nivel corresponde a la **construcción técnica del manual y corrección del logotipo e identidad gráfica** a partir de las observaciones obtenidas producto de la coevaluación y validación con el grupo objetivo.

### Logotipo

Tras las observaciones en la fase de coevaluación, se procedió a realizar pruebas de impresión del logotipo, concluyendo que era necesaria la corrección de dicha observación, realizando los cambios pertinentes.

**(Cambios a partir de las recomendaciones por los profesionales)**

#### Antes

01. La estructura que conformaba el texto de la palabra "Guatemala" del logotipo poseía un tracking 25 pts. con alineación paralela a la letra C del texto superior.



#### Después

02. En la corrección, el texto posee mayor tamaño y el tracking una apertura más abierta, con el fin de mantener los niveles de jerarquía, con una alineación paralela a la letra A del texto superior.



## Identidad gráfica

En la coevaluación con profesionales, no se recibió ningún cambio en cuanto a los elementos y las aplicaciones de la identidad gráfica por lo tanto se realizaron las correcciones al logotipo y se procedió a sustituir el mismo en las piezas de identidad.

## Manual de Normas Gráficas

Definido el sistema de imagen, formato y retícula se procedió a la construcción y definición de la estructura del manual, estableciendo los parámetros de normalización de los diferentes elementos de la imagen del Museo del Ferrocarril, para su correcta aplicación e implementación.

### *Construcción*

#### **Código Tipográfico**

Respetando las fuentes anteriormente seleccionadas como tipografías institucionales se establecen las jerarquías y la disposición de texto de acuerdo a la estructura cada sección del manual. Como fuente titular se utilizó la tipografía "Roboto" en su versión "Bold" y "medium" en un tamaño que varía de 19 pt.- 32 pt. y para el cuerpo de texto en su versión "light" a un tamaño de 10 pt.

Según los usos designados para cada fuente tipográfica, para el sistema numérico del manual se utilizó la tipografía "PT Mono" que varía de 8pt. - 31pts. La correcta aplicación de las fuentes permite mantener una coherencia visual de la imagen en toda la pieza.

**PT Mono**

---

Regular

**Roboto**

---

**Bold**

**Medium**

Light

## Encabezado

Para el encabezado de las páginas de contenido del manual, se trabajó con las tipografías institucionales Roboto en su versión bold y light para la descripción del capítulo y para la numeración la PT mono, ambas familias son usadas a un tamaño de 8 pt. manteniendo la jerarquía tipográfica, así mismo se añadió un elemento icónico como recurso gráfico.

El encabezado permitirá al lector una localización inmediata del contenido de su interés, que va acorde con cada una de los apartados del manual que figuran en la Tabla de contenido del mismo.

01 Logotipo

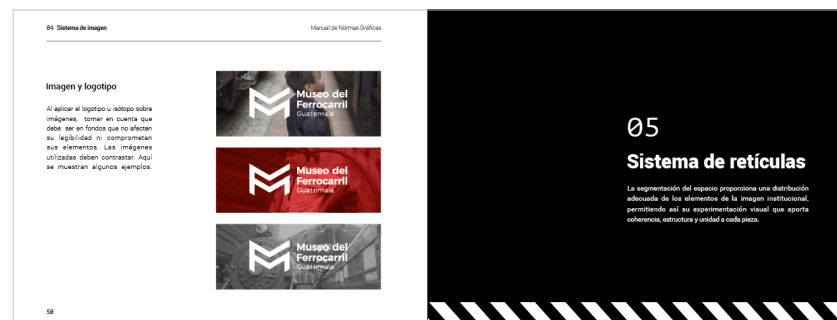
Manual de normas gráficas

01 Logotipo

Museo del Ferrocarril >>

## Código Cromático

El uso del color dentro del producto editorial permitió organizar la información a nivel visual de forma dinámica en cada elemento gráfico del manual. La paleta de color vincula los elementos propios del lenguaje ferroviario brindando un carácter industrial y moderno a la identidad visual.



### Imágenes

Las imágenes se utilizaron en blanco y negro, en superposición de elementos y a color para las secciones en las cuales se exponen las aplicaciones de la identidad lo que aporta belleza y dinamismo enriqueciendo la pieza.



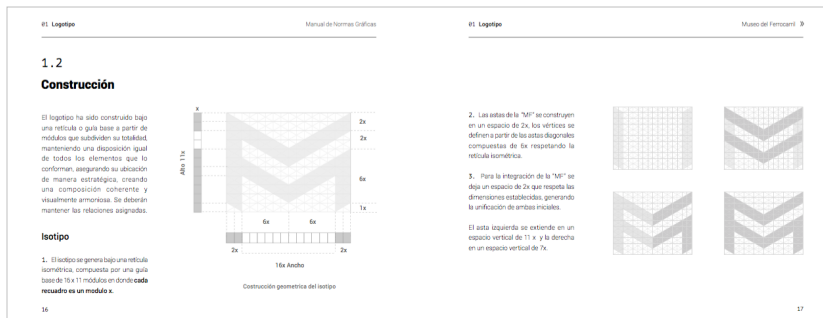
### Portada

Para la portada se emplearon patrones definidos en el desarrollo de la identidad gráfica, un elemento llamativo que refuerza el concepto y mantiene la unidad visual con los demás componentes gráficos.



## Página de contenido de normalización

Para la página de contenido se definió una estructura de encabezado y espacio de contenido. El titular es alineado al lado derecho del plano, al igual que el cuerpo de texto a una sola columna, ocupando un espacio de 3 módulos; los elementos son dispuestos respetando la distribución del plano modular, según los requerimientos para cada capítulo que varía de acuerdo al contenido.



## Portadilla

Fueron diseñadas en color negro y blanco conformadas por un patrón de líneas transversales ubicadas en la parte inferior de la página, utilizado como recurso gráfico de la identidad. Las portadillas permiten diferenciar las 6 distintas secciones del manual que orientan e introducen al lector respecto al capítulo a consultar, remarcando la importancia de los criterios de normalización establecidos y aplicados a los sistemas de identidad.





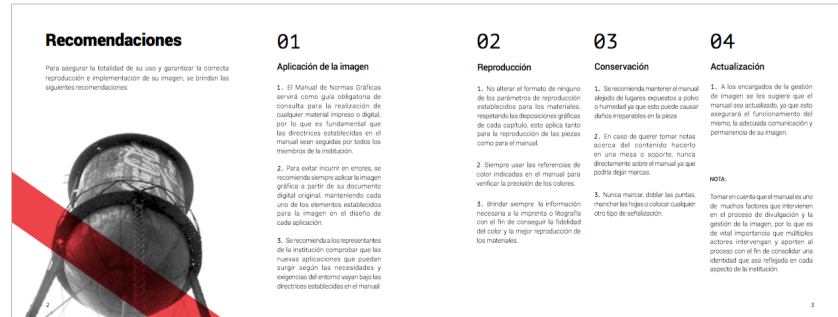
### Portada interna

En la primera página del manual se colocó el título de la pieza y se añadió un elemento icónico como recurso gráfico.



### Página de recomendaciones

Para la sección de recomendaciones técnicas del manual el texto se trabajó a dos y tres columnas, distribuido en dos páginas.



### Página con imágenes y contenido

La diagramación de estas páginas se basa en una relación armoniosa de imagen-texto, priorizando un equilibrio visual.



## 6.6

## Validación 3

En esta fase se evidencia la validación con el grupo objetivo, en el proceso se evaluó: **logotipo, identidad gráfica y Manual de Normas Gráficas** según el nivel de visualización correspondiente.

### Logotipo

#### Evaluación con representantes

##### *Logotipo*

A través de una serie de 5 preguntas para determinar la efectividad y comunicación del logotipo se evaluó el que se consideraba cumplía con los criterios de diseño y reunía las cualidades propias de la institución, seleccionado a partir de la autoevaluación. Se evaluó el logotipo con la representante de la institución encargada del proceso de imagen del Fegua, Mabel Cabrera evaluando la composición, estética, comunicación, interpretación y lectura visual, analizando si la propuesta reunía las cualidades propias de la institución y si se reflejaban a nivel gráfico. **(Ver anexos 04/05)**

Es importante mencionar que el logotipo fue evaluado crónicamente con la representante, por lo que de igual manera se presentaron las demás propuestas durante el periodo de construcción del mismo.

### Logotipo e Identidad

A nivel interno, tanto el logotipo como las piezas constantemente fueron presentadas y evaluadas por la representante de la institución, debido a que en el proceso en cada elemento se trabaja de manera simultánea, siendo de suma importancia evaluar continuamente cada uno de los aspectos de la imagen (logotipo, códigos visuales, elementos gráficos) a nivel interno y externo, ya que toda institución debe proyectar su imagen de igual forma hacia el exterior como hacia las personas que la integran.

## **Evaluación con grupo objetivo externo**

El proceso consistió en el análisis de los elementos gráficos de la imagen desde el punto de vista del grupo objetivo (población en general), debido a que cada uno de estos elementos estarán en contacto con el público, por lo que fue importante evaluar la forma en que era percibida por el grupo.

Para esta fase era necesario un instrumento de validación que permitiera la recaudación de datos referente a diversos componentes de la imagen; se recurrió nuevamente al uso de la encuesta y se realizaron dos tipos de estas:

### **01 > *Evaluación de elementos de la identidad gráfica***

La primera encuesta, evaluó el logotipo y elementos de la identidad gráfica; la encuesta se conformo de dos secciones: la hoja A y la B. En la A se describió el objetivo de la evaluación, la funcionalidad dentro del proyecto y se dieron instrucciones; posteriormente se presenta un cuestionario de siete preguntas de selección múltiple y un apartado para observaciones y/o recomendaciones; La hoja B contenía las piezas a evaluar, la misma se realizó en formato digital. **(Ver anexos 04/05)**

### **02 > *Interpretación de señales informativas/prohibitivas***

La segunda encuesta, evaluó el nivel de comprensión e interpretación de la iconografía que formaba parte de las piezas de señalización interna de la institución, para su versión impresa constaba de dos secciones: la hoja A y la hoja B, en la A se describe el objetivo de la evaluación e instrucciones, posteriormente se presenta una sección de selección múltiple en las que el participante debía marcar con una (X) los números correspondientes a las señales presentados en la hoja B que no fueran de su comprensión. Para su formato digital se pide al participante que coloque el significado de 10 distintas señales. **(Ver anexos 04/05)**

## Manual de Identidad

Posterior a la selección del logotipo, definición de los códigos visuales y elementos de la identidad se realizó la validación respecto al Manual de Normas Gráficas.

Se presentó una muestra impresa de las partes esenciales del manual como la portada, portadillas y páginas de contenido y por medio de una encuesta compuesta de una serie de 5 preguntas y un apartado para comentarios se evaluó la jerarquía de los elementos, formato, recorrido visual de la diagramación coherencia y cohesión textual.

Debido a que anteriormente fueron evaluados individualmente los componentes de la identidad, con esta encuesta se analizan solo los aspectos pertinentes a la composición, construcción y disposición de los elementos de la identidad normados dentro del manual. **(Ver anexos 05)**

### ***Análisis de resultados***

Se evaluaron los resultados de cada una de las encuestas, según el nivel de producción correspondiente a cada elemento y pieza de la identidad gráfica del Museo del Ferrocarril en los que se observó un resultado positivo en la respuestas obtenidas, a nivel interno y externo, entre las observaciones se determina:

#### **Logotipo**

- > A nivel interno y externo el logotipo es atractivo ya que refleja de una forma moderna la imagen institucional identificando cada uno de sus aspectos y significados por lo que se determinó que es llamativo e innovador.

#### **Identidad gráfica**

- > Las fuentes establecidas como tipografía institucional poseen alto nivel de legibilidad, por lo que su uso es adecuado para la imagen.

- > La mayor parte del grupo reconoce que la paleta es fuerte, sólida y que a pesar del uso limitado del color visualmente despierta interés.
- > La aplicación de la imagen en las adaptaciones es adecuada en cada uno de los materiales de la identidad.

**(Ver anexos 06)**

### **Manual de Normas Gráficas**

- > Los resultados de la evaluación del manual fueron placenteros, la representante mostró un alto grado de interés y agrado a los componentes de la pieza, evidenciando que el diseño de la portada es atractivo siendo funcional como primer acercamiento de los usuarios al manual. Las imágenes son llamativas, las jerarquías a nivel de textos y composición de los elementos es coherente y pertinente a la pieza.

## ***Conclusiones***

---

### **Logotipo e Identidad gráfica**

- > Se concluyó que el logotipo seleccionado a partir de la autoevaluación y evaluado por representantes de la institución y el grupo externo, es atractivo, trabaja en relación al concepto y a la identidad institucional por lo que su aplicación es funcional y viable, siendo aprobada y seleccionada como propuesta final.
- > El análisis de respuestas y gráficas con el grupo objetivo fue esencial, permitiendo una mejor toma de decisiones referente a la imagen y aspectos a tomar en cuenta en el momento de transmitir y plasmar todos estos elementos y códigos al manual de normas gráficas, permitiendo la apropiada normalización de los componentes de la imagen del Museo del Ferrocarril.

### **Manual de Normas Gráficas**

- > En los resultados se demostraron que jerarquía de los elementos, formato, recorrido visual de la diagramación es pertinente a los requerimientos de la pieza por lo que es de fácil uso, asegurando que el manual posee los requerimientos, cualidades necesarias y comunica de manera efectiva los parámetros y lineamientos de la identidad visual del museo.

# Pieza final



## Manual de Normas Gráficas/ Museo del Ferrocarril

01. Portada

02. Portadilla





03. Página de recomendaciones técnicas del manual

04. Página de contenido con imágenes

05. Páginas de contenido de normalización

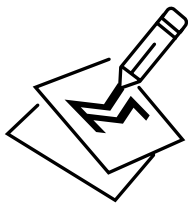


# 6.7

## Proceso de creación de identidad gráfica para una institución cultural

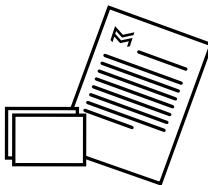
### Visualización 1

**Construcción del logotipo**



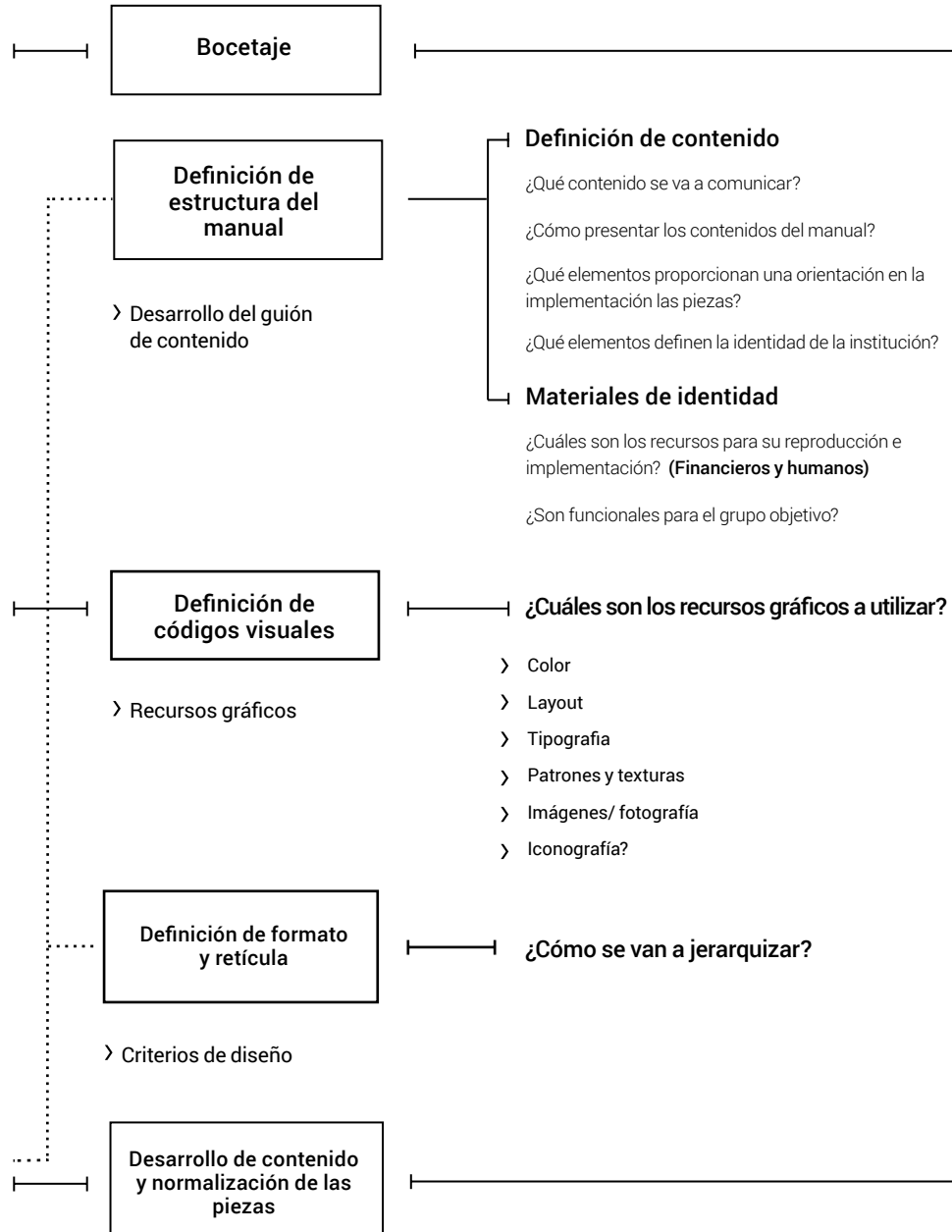
### Visualización 2

**Diseño de identidad gráfica**

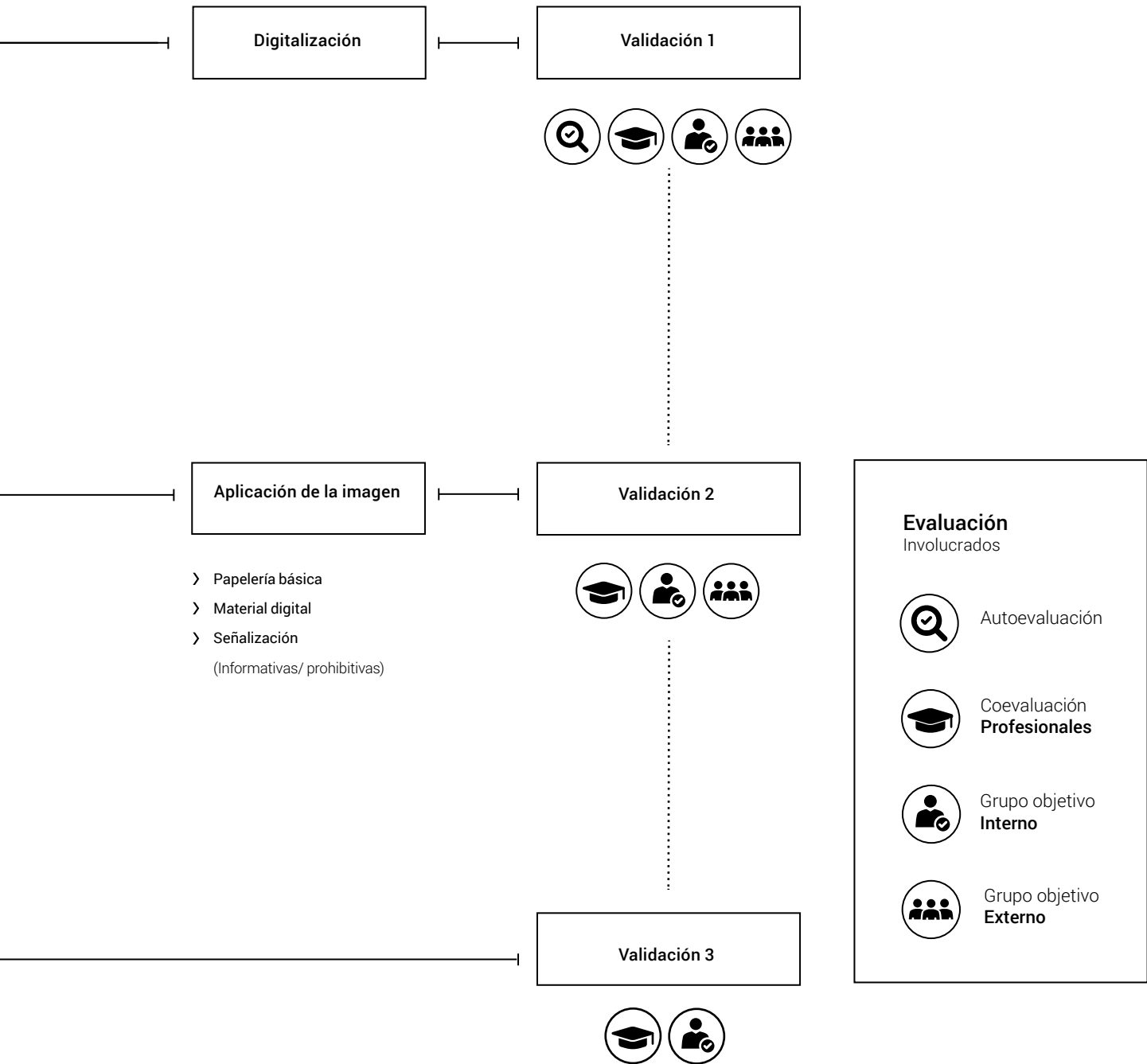


### Visualización 3

**Construcción del Manual de Normas Gráficas**







07

## Lecciones Aprendidas

---



# 07

## Lecciones aprendidas

### En la gestión

- 01 > Establecer metodologías de investigación acorde al grupo y a las necesidades del cliente es el primer paso para iniciar una estrategia diseño, realizar un análisis que permita diagnosticar el problema, determinar las necesidades y proponer soluciones factibles, estableciendo los objetivos del proyecto.
- 02 > Es importante establecer una relación de confianza con la institución/ cliente, de manera que se pueda aconsejar y guiar a la institución a lograr una identidad visual sólida bajo parámetros de diseño con la cual pueda ser representada.
- 03 > Establecer canales de comunicación con distintos miembros de la institución puede agilizar el proceso de producción de la imagen, ya que esto facilita la obtención de información, además de brindarnos un acercamiento al grupo.
- 04 > Es importante recordar que la responsabilidad del diseñador también implica el compromiso en el desarrollo de la comunicación de la institución, a través de la aplicación del diseño que fortalece el diálogo a nivel interno como externo.

### En la producción

- 01 > Los procesos en cuanto a la producción gráfica y validación de las piezas desarrolladas puede variar según los requerimientos de cada proyecto; es importante evaluar si los procesos establecidos son adecuados al proyecto desarrollado, a fin de asegurar su éxito.
- 02 > El desarrollo de identidad implica múltiples factores de diseño y comunicación por lo que es importante contar con la opinión de expertos de diversas áreas, que puedan aportar y enriquecer el proyecto.
- 03 > Al igual que una persona una institución posee de una forma abstracta cualidades y defectos que proyectan una imagen, por ello es importante hacer énfasis al determinar todos aquellos aspectos que se reflejarán en la imagen de acuerdo con sus valores, ya que a partir de sus signos se genera esa identificación con el público.

08

# Conclusiones

---



# 08

# Conclusiones

- 01 > El Manual de Normas Gráficas desarrollado durante el proyecto unifica cada uno de los elementos que forman parte de la identidad visual del Centro Cultural Museo del Ferrocarril, asegurando la correcta aplicación de su imagen, a través de la normalización e implementación de lineamientos para el diseño de materiales institucionales de calidad; contribuyendo así a su promoción y trascendencia.
- 02 > El proceso desarrollado implicó una aplicación metodológica que permitió conocer las necesidades, la forma de trabajo y los recursos de la institución, que determinó la toma de decisiones gráficas en la construcción de la identidad, desarrollada a partir del concepto creativo y traducido a cada uno de los códigos y elementos de la imagen, facilitando la transmisión efectiva del discurso de la identidad del museo y contribuyendo al fortalecimiento del diálogo con su público.
- 03 > A través del proceso de validación con el grupo objetivo se determinó que la imagen diseñada para el Museo del Ferrocarril responde a los valores, experiencias y servicios que ofrece la institución, así como al contexto en el que se desarrolló, lo que contribuirá al cumplimiento de sus objetivos, permitiéndole la identificación ciudadana y sensibilización del público respecto a estos espacios de conocimiento y cultura.
- 04 > Las características de la gráficas de la imagen, fueron construidas y diseñadas a partir de elementos entorno al museo lo influirá a su identificación, posicionamiento y reconocimiento social/cultural, así como a su diferenciación respecto de otros museos del país.
- 05 > El acceso a la información de la institución permitió conocer y profundizar en el desarrollo de la imagen institucional, a través de una estrategia que determinó factores de suma importancia para la interpretación de sus códigos visuales.

09

## Recomendaciones

---



# 09

# Recomendaciones

## Al gremio

- 01 > La imagen institucional está ligada a la percepción global de su público, por lo que se sugiere que previo al desarrollo de toda identidad, se realice una búsqueda y análisis profundo de información de el público bajo metodologías, para crear en mensaje pertinente hacia cada uno de los grupos.
- 02 > Tomar en cuenta que los aspectos que conforman los valores de la institución, sean reflejado en cada uno de los códigos y elementos de la imagen permitiendo la identificación del cliente
- 03 > El concepto no solo rige los elementos en torno a la construcción de la imagen, si no proporciona todos los códigos visuales que brindan coherencia a cada elemento de la identidad, siendo la mayor fuente de recursos para la exploración de la imagen.
- 04 > Es necesario tener presente para quién se está diseñando, con el objetivo de diseñar piezas pensadas para el grupo que hará uso de ellas, tomando en cuenta a cada uno de los involucrados en el proceso de gestión de la imagen, ya que de esto dependerá en gran parte la permanencia de la misma.
- 05 > Es fundamental tomar en cuenta las normativas establecidas para el desarrollo de los materiales de señalización, Guatemala cuenta con una manual desarrollado por la Conred que dicta las normas que deben estar presentes en la realización de las piezas.
- 06 > Siendo un documento imprescindible que garantiza la unificación de criterios para la comunicación y difusión de la imagen, se requiere especial atención a cada lineamiento expuesto en el manual, con el fin de asegurar la correcta utilización del sistema de identidad visual y sus principales aplicaciones.

## A la institución

El Manual de Normas Gráficas del Centro Cultural y Museo del Ferrocarril es una herramienta que debe estar presente en cada una de las aplicaciones de la imagen institucional; una imagen gráfica correctamente aplicada es la base más sólida para generar una aceptación y rápida identificación, por ello se brindan las siguientes recomendaciones para asegurar totalidad de uso y garantizar la correcta reproducción e implementación de su imagen:

### Aplicación de la imagen

- 01 > El Manual de Normas Gráficas servirá como guía obligatoria de consulta para la realización de cualquier material impreso o digital, por lo que es fundamental que las directrices establecidas en el manual sean seguidas por todos los miembros de la institución.
- 02 > Para evitar incurrir en errores, se recomienda siempre aplicar la imagen gráfica a partir de su documento digital original, manteniendo cada uno de los elementos establecidos para la imagen en el diseño de cada aplicación.
- 03 > Se recomienda a los representantes de la institución comprobar que las nuevas aplicaciones que puedan surgir según las necesidades y exigencias del entorno vayan bajo las directrices establecidas en el manual.

### Reproducción

- 01 > No alterar el formato de ninguno de los parámetros de reproducción establecidos para los materiales, respetando las disposiciones gráficas de cada capítulo, esto aplica tanto para la reproducción de las piezas como para el manual.
- 02 > Siempre usar las referencias de color indicadas en el manual para verificar la precisión de los colores.
- 03 > Brindar siempre la información necesaria a la imprenta o litografía con el fin de conseguir la fidelidad del color y la mejor reproducción de los materiales.



## Conservación

- 01 > Se recomienda mantener el manual alejado de lugares expuestos a polvo o humedad ya que esto puede causar daños irreparables en la pieza.
- 02 > Para evitar incurrir en errores, se recomienda siempre aplicar la imagen gráfica a partir de su documento digital original, manteniendo cada uno de los elementos establecidos para la imagen en el diseño de cada aplicación.
- 03 > Se recomienda a los representantes de la institución comprobar que las nuevas aplicaciones que puedan surgir según las necesidades y exigencias del entorno vayan bajo las directrices establecidas en el manual.

## Actualización

- 01 > A los encargados de la gestión de imagen se les sugiere que el manual sea actualizado, ya que esto asegurará el funcionamiento del mismo, la adecuada comunicación y permanencia de su imagen.

### NOTA:

Tomar en cuenta que el manual es uno de muchos factores que intervienen en el proceso de divulgación y la gestión de la imagen, por lo que es de vital importancia que múltiples actores intervengan y aporten al proceso con el fin de consolidar una identidad que sea reflejada en cada aspecto de la institución.

# Fuentes consultadas

## *Bibliografía*

**Ambrose, G., Harris, P., & Sansom, A.** (2005). Color. España: Parramon. Lewis, G., & Boylan, P. (2007). Cómo administrar un museo. París:

**Ambrose, G., Harris, P., & Sansom, A.** (2005). Color. España: Parramon.

**Chaves, N.** (1988). La imagen corporativa. 1ra. edición. Barcelona: Gustavo Gili.

**Chaves, N.** (2005). La imagen corporativa. 3ra. edición. Barcelona: Gustavo Gili.

**Costa, J.** (2009). Imagen corporativa en el siglo XXI. Argentina: La Crujía

**Gómez, D. & Herrero, A.** (2013) Identidad gráfica. Universitat Oberta de Catalunya

**ICOM.** (2006). Código de deontología del ICOM para los museos. París.

**Molano L, O.** (2009). Identidad cultural un concepto que evoluciona. Bogotá: Red Revista Opera.

**Müeller-Brockmann, J., Repáraz Andrés, A., & Pereira Cavadas, F.** (1982). Sistemas de retículas. Barcelona: Gustavo Gili.

**Rico Mansard, L., Sánchez Mora, M., & Tagüeña Parga, J.** (2007). Museología de la ciencia. México: Universidad Nacional Autónoma de México.

## *E-grafía*

**Estatutos del ICOM .** (2016). Recuperado 18 de agosto de 2017, [http://icom.museum/fileadmin/user\\_upload/pdf/Statuts/2016\\_Statutes\\_ES.pdf](http://icom.museum/fileadmin/user_upload/pdf/Statuts/2016_Statutes_ES.pdf)

**(EVE), E.** (2014). Diseño de Identidad Visual para Museos. EVE Museología+Museografía. Recuperado 19 agosto 2017, de <https://evemuseografia.com/2014/05/27/disenio-de-identidad-visual-para-museos/>

**(EVE), E.** (2015). Museo Local: Creación de Identidad Propia. EVE Museología+Museografía. Recuperado 20 agosto de 2017, de <https://evemuseografia.com/2015/10/15/museolocal-creacion-de-identidad-propia/>

**(EVE), E.** (2016). Museos y Visitantes: Aumentar Afluencia de Público. EVE Museología Museografía. Recuperado el 18 agosto de 2017, de <https://evemuseografia.com/2016/10/03/museos-y-visitantes-aumentar-afluencia-de-publico/>

**González-Varas Ibáñez, I.** (1999). Conservación de bienes culturales. Madrid: Cátedra.

**La importancia del patrimonio cultural.** (2017). Recuperado 18 agosto de 2017, de <http://www.cinu.org.mx/eventos/cultura2002/importa.htm#>

**Líneas Generales | Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura.** (2001). Recuperado 18 agosto de 2017, de <http://www.unesco.org/new/es/mexico/work-areas/culture/>

**Novillo, C.** (2016). Supersignos. Behance.net. Recuperado 19 agosto 2017, from <https://www.behance.net/gallery/45842481/Supersignos>

# Glosario

## Coherencia

Conexión lógica entre los elementos/módulos dentro de una composición, sin relaciones opuestas.

## Composición

Distribución, posición y disposición de los elementos, formas y/o planos que forman un conjunto visual.

## Concepto creativo

Es el articulador visual dentro del contenido de un producto que permite generar asociaciones visuales y fundamenta una gráfica.

## Fijación

Capacidad de permanecer en el imaginario visual y colectivo.

## Identidad visual

Conjunto de elementos y signos imprescindibles que aportan coherencia a la imagen gráfica de una institución y permiten su reconocimiento.

## Insight

Aspectos no tangibles producto de las asociaciones mentales y sentimentales de un grupo.

## Jerarquía

Estructura que clasifica, organiza e indica la importancia de los elementos que componen un todo.

## Legibilidad

Cualidad que determina la facilidad de lectura y la percepción de cierto mensaje.

## Museología

Todo lo concerniente a un museo (historia, funcionamiento, conservación y rol social).

## Normalización


Unificación de criterios, normas o directrices técnicas.

## Retícula

Estructura bidimensional construida a base de líneas que permite establecer orden y crear composiciones que faciliten la lectura y el recorrido visual.

# Anexos

---

- 01 Tabla de autoevaluación
  - 02 Instrumentos de coevaluación
  - 03 Evidencia de coevaluación
  - 04 Instrumentos de validación con el grupo objetivo
  - 05 Evidencia de validación con el grupo objetivo
  - 06 Gráficas y análisis de resultados
  - 07 Resumen de costos del proyecto
- 

01

**Anexos**

## Tabla de autoevaluación

Se utilizó una Tabla de autoevaluación para evaluar diversos aspectos de las 4 propuestas de diseño de logotipo desde la perspectiva del estudiante de manera objetiva, para determinar si reunían todas las condiciones necesarias acorde a las necesidades de comunicación de la institución, **cada aspecto fue ponderado en un rango de 1 a 5 , donde 1 representa una baja ponderación y 5 una alta.** La selección final del logotipo se llevó de manera conjunta con representantes de la institución.

No. de Propuesta	Congruencia	Fijación	Legibilidad	Lectorabilidad	Composición	Abstracción	Estética	Total
	5	5	5	5	5	5	5	35
01	4	3	2	2	3	3	3	20
02	2	2	4	4	3	2	3	20
03	5	4	4	4	5	5	5	32
04	3	3	3	4	3	3	3	22

**Aspectos Evaluados:**

Congruencia, fijación, legibilidad, lectorabilidad, composición, abstracción y estética.

02

## Anexos

### Instrumentos de validación

#### 1era. coevaluación con profesionales



Universidad San Carlos de Guatemala  
 Facultad de Arquitectura  
 Escuela de Diseño Grafico  
 2017

#### Coevaluación

Proyecto de graduación 2017

La siguiente encuesta es realizada a profesionales del diseño y comunicación, para coevaluación en aspectos de diseño y pertinencia al concepto creativo en el desarrollo de identidad visual y normalización gráfica para el Centro Cultural y Museo del Ferrocarril como parte del Proyecto de Graduación de la Licenciatura en Diseño Gráfico-USAC-. Los datos ingresados serán confidenciales.

#### Museo del Ferrocarril

Surge al momento de quedar suspendida la actividad ferroviaria en el país, lo que encamina a el resguardo y conservación de los bienes muebles e inmuebles, en respuesta a ello el 8 de enero de 2004 es fundado el Centro Cultural FEGUA y Museo del Ferrocarril, creado con el objetivo de convertirse en el centro fundamental para el conocimiento de la historia ferroviaria a través de la conservación, resguardo, documentación y preservación de los testimonios del pasado.

#### Concepto creativo: "Conectando tiempos"

El tiempo y el espacio Interactúan entre ellos creando conexiones / vínculos con nuestra historia, cultura e identidad.

#### Interpretación visual

El concepto es representado a través de "un lenguaje de líneas", siendo estas un elemento propio del lenguaje ferroviario, como símbolo del vínculo espacio/ tiempo y la conexión de la institución con el público como canal de difusión de la historia, es tomado como un importante componente del diseño la identidad, así como el en logotipo, siendo un elemento presente en los espacios de la entidad espacial (trenes, vías férreas, señalética, arquitectura) que colectivamente conforman los signos del Museo.



#### Texto introductorio:

Texto de información sobre museo, concepto, interpretación gráfica, construcción y significado del logotipo.

Formato impreso

### Logotipo

La composición del logotipo hace hincapié en la direccionalidad, trascendencia, el dinamismo, movimiento y desarrollo histórico del Museo, reflejándolo tanto en las líneas como en la geometría de cada elemento, mediante el uso de una retícula isométrica para la construcción del isótopo (Monograma), posee ángulos y dimensiones exactas que aportan y enfatizan su significado. La integración de la M y F, sus vértices y terminales hacen que tenga un aspecto bastante limpio e industrial, manteniendo una coherencia entre líneas paralelas que en conjunto de la selección tipográfica juega con en el carácter geométrico del isótopo.

### Encuesta

Escriba una "X" sobre la respuesta que mejor expresa su opinión.

1. El nivel de calidad en la construcción de los códigos visuales es:

Alto                       Medio                       Bajo

2. La iconografía responde a la estética de la imagen gráfica:

Bastante                       Poco                       Nada

3. La selección tipográfica en relación al contexto y concepto del proyecto es:

Adecuada                       Inadecuada                       Debe mejorar


4. Considera que la tipografía cumple con criterios de:

Legibilidad                       Lecturabilidad                       Ambos  
 Ninguno



**Evaluación:** Cuestionario de nueve preguntas de selección múltiple y sección para observaciones.

Formato impreso



## Desarrollo de identidad para el Museo del Ferrocarril

La siguiente encuesta es realizada a profesionales del diseño y comunicación, para convalidación en aspectos de diseño y pertinencia al concepto creativo en el desarrollo de identidad y normalización gráfica para el Centro Cultural y Museo del Ferrocarril como parte del Proyecto de Graduación de la Licenciatura en Diseño Gráfico-USAC. Los datos ingresados serán confidenciales.

**\*Obligatorio**

**Nombre \***

Tu respuesta

**Profesión / Especialidad \***

Tu respuesta

### Museo del Ferrocarril

Surge al momento de quedar suspendida la actividad ferroviaria en el país, lo que encamina a el resguardo y conservación de los bienes muebles e inmuebles, en respuesta a ello el 8 de enero de 2004 es fundado el Centro Cultural FEGUA y Museo del Ferrocarril, creado con el objetivo de convertirse en el centro fundamental para el conocimiento de la historia ferroviaria a través de la conservación, resguardo, documentación y preservación de los testimonios del pasado.

### Diseño de identidad

Concepto creativo: "Conectando tiempos"

El tiempo y el espacio Interactúan entre ellos creando conexiones / vínculos con nuestra historia, cultura e identidad .

Interpretación visual:

El concepto es representado a través de "un lenguaje de líneas", siendo estas un elemento propio del lenguaje ferroviario, como símbolo del vínculo espacio/ tiempo y la conexión de la institución con el público como canal de difusión de la historia; es tomado como un importante componente del diseño la identidad, así como en la construcción del logotipo, siendo un elemento presente en los espacios de la entidad espacial (trenes, vías férreas, señalética, arquitectura) que colectivamente conforman los signos del Museo.



**Texto introductorio:** Texto de información sobre museo, concepto, interpretación gráfica, construcción y significado del logotipo.

Formato digital



**Logotipo**

La composición del logotipo hace hincapié en la direccionalidad, trascendencia, el dinamismo, movimiento y desarrollo histórico del Museo, reflejándolo tanto en las líneas como en la geometría de cada elemento, mediante el uso de una retícula isométrica para la construcción del isotopo (Monograma), posee ángulos y dimensiones exactas que aportan y enfatizan su significado.

La integración de la M y F, sus vértices y terminales hacen que tenga un aspecto bastante limpio e industrial, manteniendo una coherencia entre líneas paralelas que en conjunto de la selección tipográfica juega con el carácter geométrico del isotopo y refuerzan el concepto.



**Material corporativo**



**Tarjetas de presentación**



**Carpeta**



**Firma de correo**



**Carteles informativos de áreas**

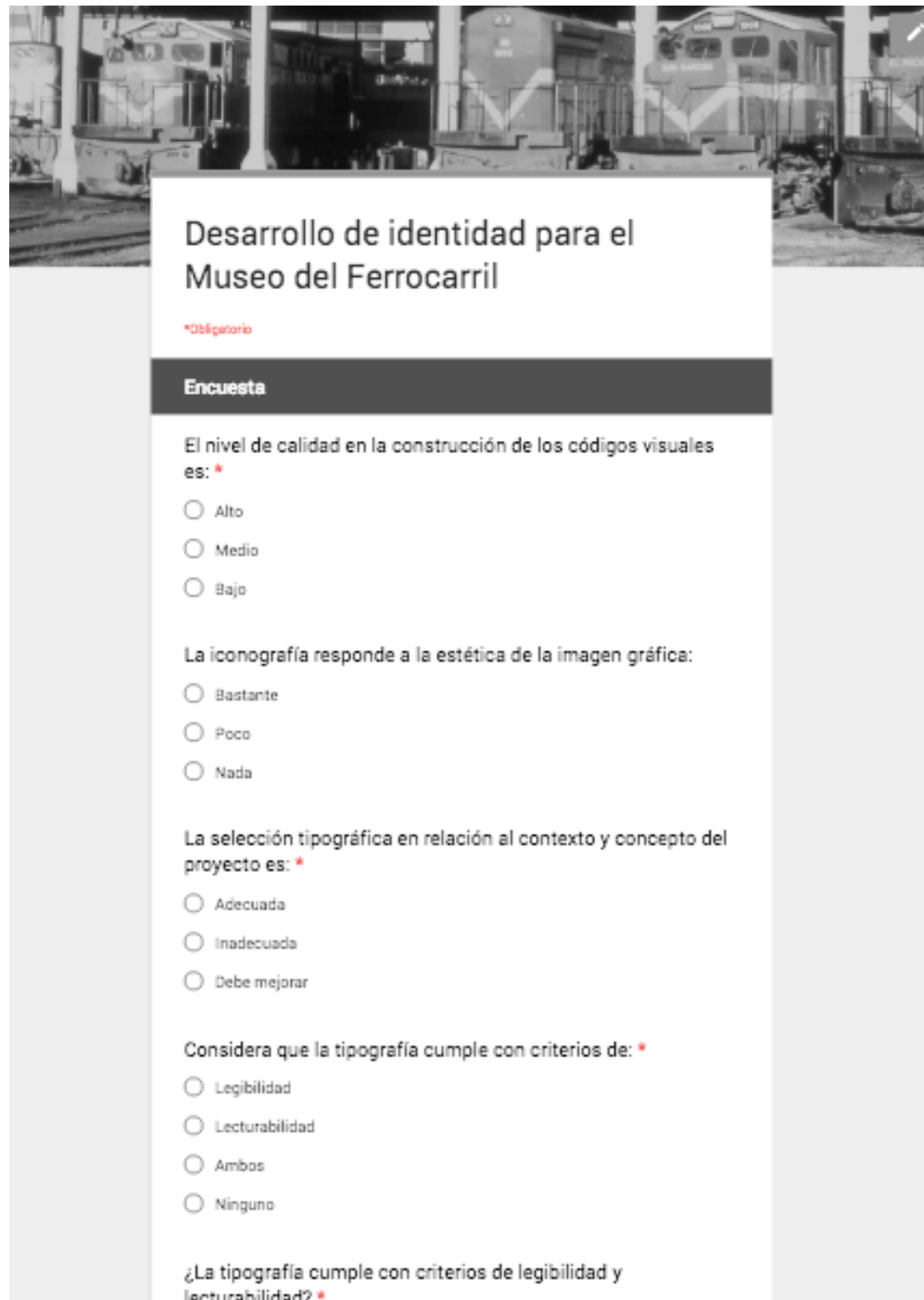


**Señalética**



**Muestras:** Adaptaciones y materiales institucionales.

Formato digital



The image shows a digital survey form overlaid on a background of black and white photographs of vintage trains. The form has a white background with a dark grey header bar. The title 'Desarrollo de identidad para el Museo del Ferrocarril' is in a bold, sans-serif font. Below the title, there is a red asterisk and the word 'Obligatorio'. The survey is titled 'Encuesta' in white text on the dark grey bar. The questions are in a standard sans-serif font, and the response options are listed with radio buttons.

**Desarrollo de identidad para el Museo del Ferrocarril**

**\*Obligatorio**

**Encuesta**

El nivel de calidad en la construcción de los códigos visuales es: \*

- Alto
- Medio
- Bajo

La iconografía responde a la estética de la imagen gráfica:

- Bastante
- Poco
- Nada

La selección tipográfica en relación al contexto y concepto del proyecto es: \*

- Adecuada
- Inadecuada
- Debe mejorar

Considera que la tipografía cumple con criterios de: \*

- Legibilidad
- Lecturabilidad
- Ambos
- Ninguno

¿La tipografía cumple con criterios de legibilidad y lecturabilidad? \*



**Evaluación:** Cuestionario de nueve preguntas de selección múltiple y sección para observaciones.

Formato digital

02

## Anexos




### Instrumentos de validación

#### 2da. coevaluación con profesionales



#### Evaluación Manual de identidad:

Cuestionario de 5 preguntas de selección múltiple y apartado para observaciones.



Universidad San Carlos de Guatemala  
Facultad de Arquitectura  
Escuela de Diseño Gráfico  
2017

- ¿ Considera que la jerarquía de composición del manual de identidad gráfica es?  
 Excelente       Buena       Debe mejorar
- ¿ Le resulta atractiva la portada?  
 Mucho       Bastante       Poco       Nada
- ¿ Puede mantener un recorrido visual en la diagramación?  
 si       No       Debe mejorar
- ¿ Considera que el formato es adecuado para un manual de identidad gráfica?  
 Mucho       Bastante       Poco       Nada
- ¿ la coherencia y cohesión textual del contenido le parece?  
 Adecuada       Inadecuada       Debe Mejorar

Comentarios:

---

03

Anexos

Evidencia de validación

1era. coevaluación con profesionales

En el desarrollo toda identidad gráfica es importante tomar en cuenta criterios de diseño como de comunicación que permitan evaluar no solo los aspectos técnicos y estéticos, si no también comunicacionales de cada elemento que conformarán la identidad, por ello la coevaluación fue realizada a profesionales del diseño y expertos del área de comunicación, con el fin de asegurar que todos los aspectos de la gráfica fueran pertinentes al concepto e identidad, que permitieran lograr no solo un diseño eficiente, si no un comunicación eficaz con el grupo.

01. Michel

Mazariegos

Diseñador Gráfico, especialidad en diseño editorial. Profesor de diseño

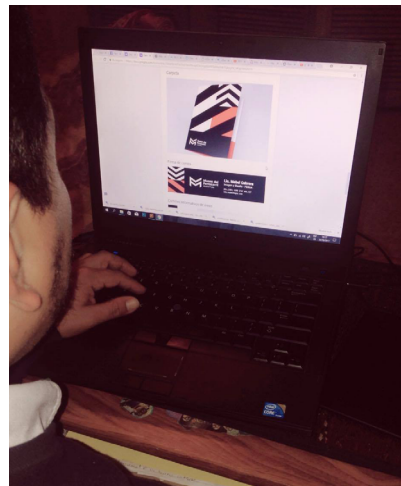
02. Marco Bran

Comunicador Social y Publicista Profesional. Actual locutor en la 9.49 radio

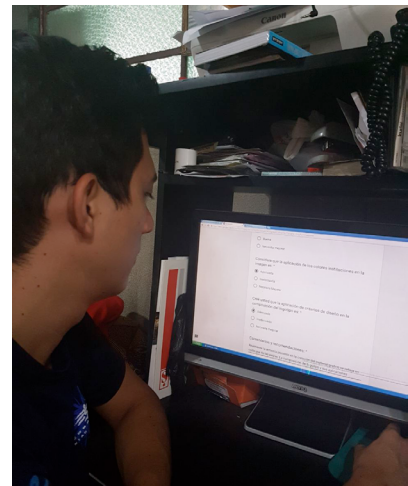
03. Javier díaz

Comunicador Social y Publicista Profesional. Diseñador Gráfico en Fabrica

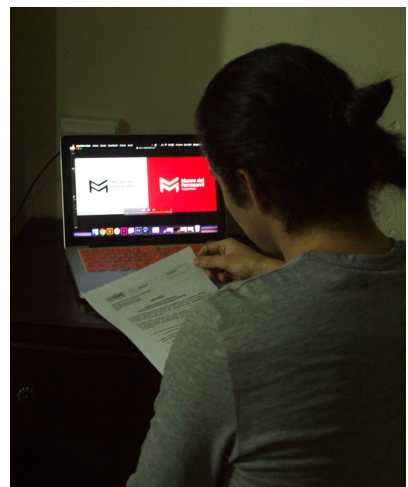
01.



02.



03.



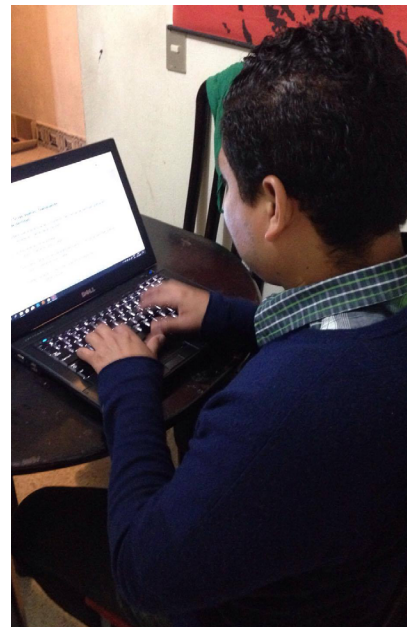
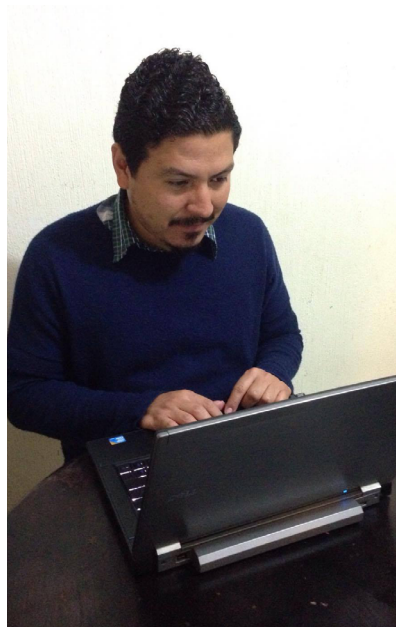
03

**Anexos****Evidencia de validación**

## 2da. coevaluación con profesionales

La 2da. coevaluación respecto al manual de normas gráficas fue realizada por el experto en el tema de diseño editorial Michel Mazariegos por medio del análisis de la pieza en formato digital.

01.

**01. Michel Mazariegos**


Diseñador Gráfico,  
especialidad en diseño  
editorial. Profesor de  
diseño a nivel medio

04

## Anexos

### Instrumentos de validación

#### Grupo objetivo



Universidad San Carlos de Guatemala  
Facultad de Arquitectura  
Escuela de Diseño Grafico  
2017

1. ¿Le resulta atractivo el logotipo?
2. ¿Considera que el logotipo refleja los valores de la institución?
3. ¿Es adecuada La selección tipográfica del logotipo en relación al contexto y concepto del proyecto?
4. ¿Cree que existe armonía entre la tipografía y el isótopo?
5. ¿Considera que la representación gráfica de los elemento que componen el logotipo es adecuada?



Documento con serie de 5 preguntas para validación de logotipo con representantes de la institución.

Formato impreso

04

## Anexos

## Instrumentos de validación

## Grupo objetivo

FACULTAD DE  
ARQUITECTURA

Hoja A

Universidad San Carlos de Guatemala  
Facultad de Arquitectura  
Escuela de Diseño Grafico  
2017

**Validación con grupo objetivo**

Proyecto de graduación 2017

"Desarrollo de identidad visual y normalización grafica para el Centro Cultural y Museo del Ferrocarril"

La presente encuesta es parte de una investigación para conocer la opinión del público sobre el desarrollo de una nueva identidad para el Centro cultural y Museo del Ferrocarril.

La información obtenida con esta encuesta se utilizará con fines académicos como parte del como parte del Proyecto de Graduación de la Licenciatura en Diseño Gráfico / USAC. **No debe escribir su nombre en ninguna parte de esta boleta. Por favor responda con la mayor veracidad posible. Observe detenidamente cada uno de los materiales que se presenta en la Hoja B y escriba una "(X)" sobre la respuesta de cada inciso de la Hoja A que mejor expresa su opinión.**

1. ¿Ha visitado el Museo del Ferrocarril?

( ) Si ( ) No

2. ¿Le resulta atractivo el logotipo?

( ) Mucho ( ) Bastante ( ) Poco ( ) Nada

3. ¿Qué representa el logotipo para usted?

( ) Direccionalidad ( ) Dinamismo ( ) Movimiento

( ) Industria



**Hoja A ( Texto  
introdutorio y  
evaluación de códigos  
visuales e identidad)**

Cuestionario de nueve preguntas de selección múltiple y sección para recomendaciones.

Formato impreso

**4. ¿Qué le transmite el color?**

Dinamismo     Solidez     Fuerza     Impulso

Orden

**5. Considera que el tipo de letra utilizada es:**

Legible     Poco legible

**6. ¿Le parece adecuada la aplicación de la imagen en la papelería y materiales gráficos?**

Mucho     Bastante     Poco     Nada

**7. ¿Considera que la imagen es:**

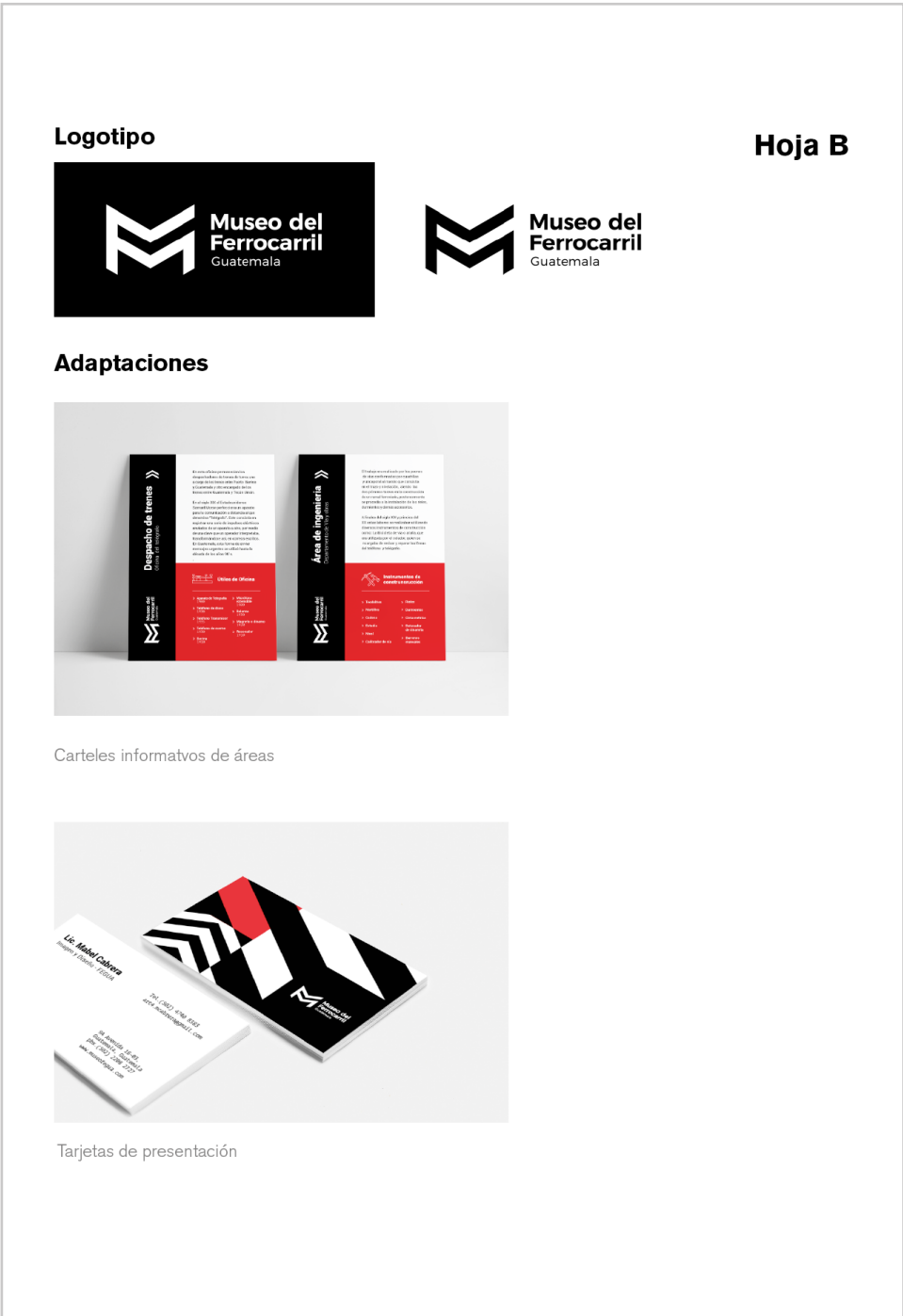
Moderna     Innovadora     Poco llamativa

¿Qué aspecto considera usted que se podrían mejorar?

---

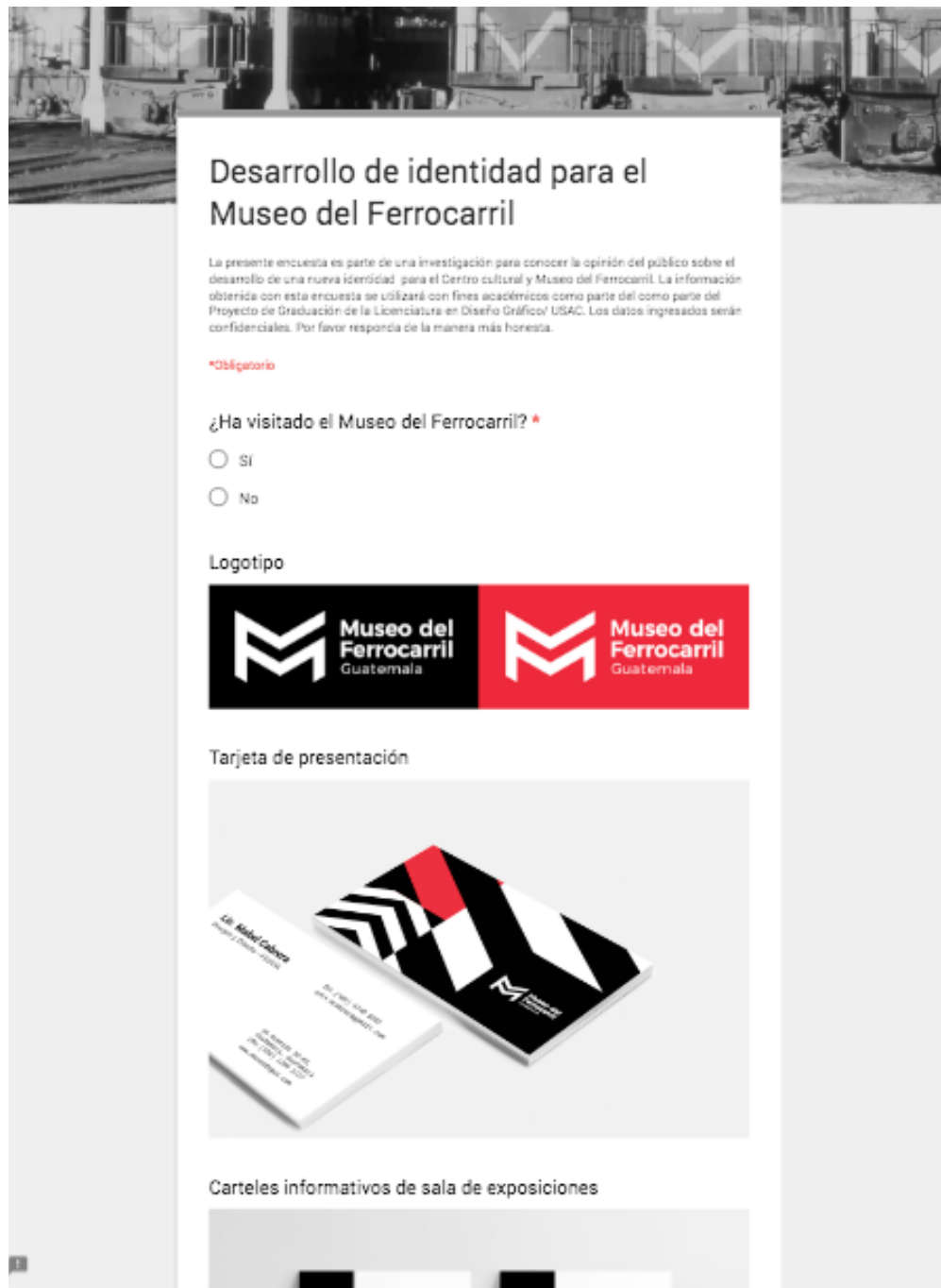
---





**Hoja B ( Muestra de adaptaciones de identidad visual):** Logotipo, adaptaciones/material corporativo.

Formato impreso



**Evaluación:** Cuestionario de 7 preguntas de selección múltiple y sección para recomendaciones.

Formato digital

Carteles informativos de sala de exposiciones



¿Le resulta atractivo el logotipo? \*

- Mucho
- Bastante
- Poco
- Nada

¿Qué representa el logotipo para usted? \*

- Direccionalidad
- Dinamismo
- Movimiento
- Industria

¿Qué le transmite el color? \*

- Dinamismo
- Solidez
- Fuerza
- Impulso
- Orden

Considera que el tipo de letra utilizada es: \*

- Legible
- No legible

¿Le parece adecuada la aplicación de la imagen en la señalética?



**Evaluación:** Cuestionario de 7 preguntas de selección múltiple y sección para recomendaciones.

Formato digital

04

Anexos

Instrumentos de validación  
Grupo objetivo

*Interpretación de  
señales informativas/  
prohibitivas*



FACULTAD DE  
ARQUITECTURA

Hoja A

Universidad San Carlos de Guatemala  
Facultad de Arquitectura  
Escuela de Diseño Grafico  
2017

**Validación con grupo objetivo**

Proyecto de graduación 2017

La presente encuesta es parte de una investigación para conocer el nivel de comprensión del público sobre el desarrollo de Señalética interna para el Centro cultural y Museo del Ferrocarril.

La información obtenida con esta encuesta se utilizará con fines académicos como parte del como parte del Proyecto de Graduación de la Licenciatura en Diseño Gráfico / USAC. **No debe escribir su nombre en ninguna parte de esta boleta. Por favor responda con la mayor veracidad posible. A continuación encontrará una serie de 10 señales prohibitivas, observe detenidamente cada uno de los materiales que se presenta en la Hoja B escriba una "(X)" sobre la respuesta de cada inciso de la Hoja A que mejor expresa su opinión.**

¿Puede Identificar usted el significado de cada una de las señales? ( si, su respuesta es no marque con una "x" la casilla correspondiente al no. de Señal/ figura)

( ) Si ( ) No

No. de señal :

1. ( ) 2. ( ) 3. ( ) 4. ( ) 5. ( )

6. ( ) 7. ( ) 8. ( ) 9. ( ) 10. ( )

Comentarios u observaciones:

---



**Texto introductorio:**

Texto de información con instrucciones para realización de la encuesta y sección de 10 casillas para interpretación de señales.

Formato impreso

### Señalización interna

A continuación encontrará una serie de 10 señales

### Hoja B

(1)



(2)



(3)



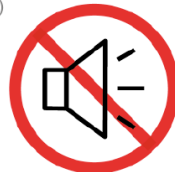
(4)



(5)



(6)



(7)



(8)



(9)



(10)



**Hoja B ( Muestra para evaluación de señales)** Muestra de 10 señales.



Formato impreso

**Señalética Interna**

A continuación encontrará una serie de 10 señales prohibitivas. En el espacio en blanco escribe lo que interpreta en cada una de las señales.



Texto de respuesta corta

Señal 01



Texto de respuesta corta

Señal 02



Texto de respuesta corta

Señal 03

Señal 04



**Hoja B ( Muestra para evaluación de señales)** Muestra de 10 señales.

Formato digital

05

**Anexos****Evidencia de validación**  
con grupo objetivo

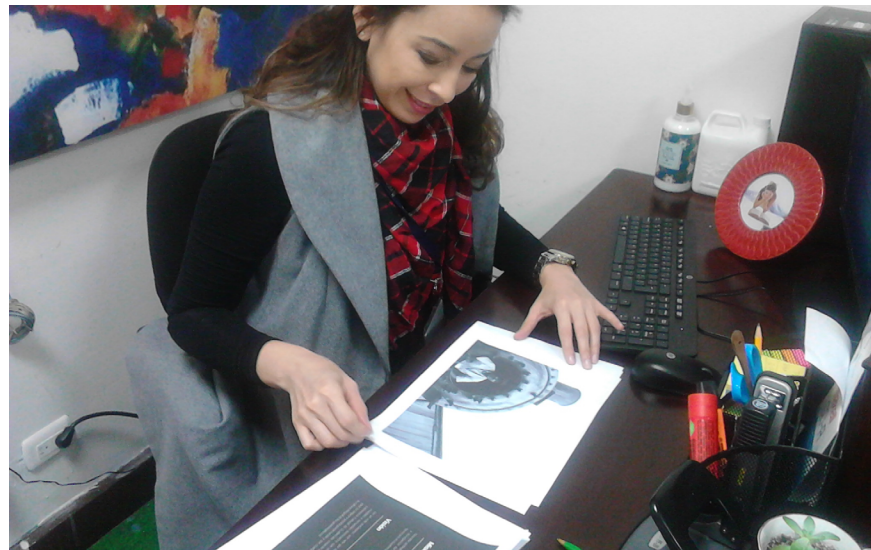
La validación y selección de logotipo final fue realizada con la representante de la institución encargada de imagen del FEGUA Mabel Cabrera por medio del cuestionario de 5 preguntas para determinar la efectividad y comunicación del logotipo. Se evaluó la propuesta que se consideraba que cumplía con los criterios de diseño al igual que las demás propuestas realizadas, a nivel de composición, estética, comunicación, interpretación y lectura visual analizando si la propuesta reunía las cualidades propia de la institución y si eran reflejadas a nivel gráfico.



# 05 Anexos

## Evidencia de validación con grupo objetivo

La validación del manual de normas gráficas fue realizada con la representante de la institución encargada de imagen del FEGUA Mabel Cabrera.

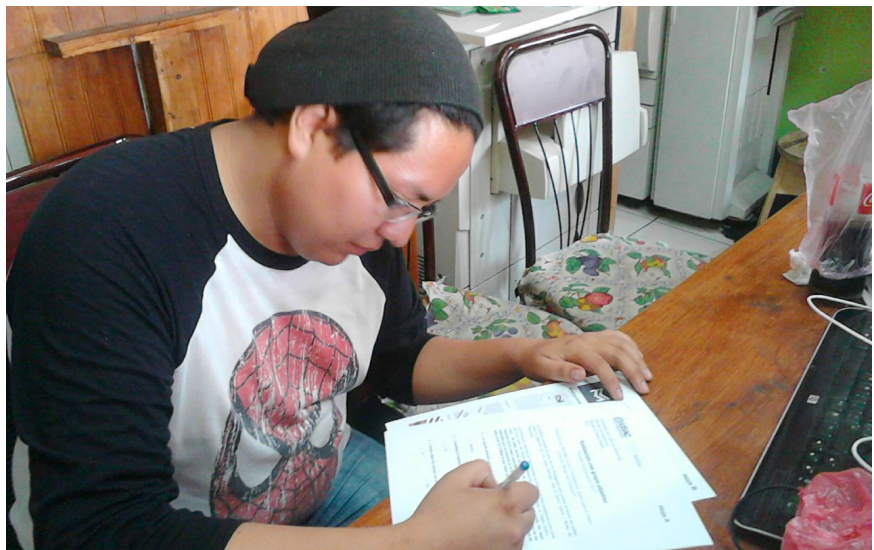




05

**Anexos****Evidencia de validación  
con grupo objetivo**

La encuesta consistió en analizar los elementos gráficos de la imagen desde el punto de vista del grupo objetivo (población en general), por lo que se entrevistó a una muestra de 37 personas en las calles con la encuesta en su formato impreso y digitalmente en línea.



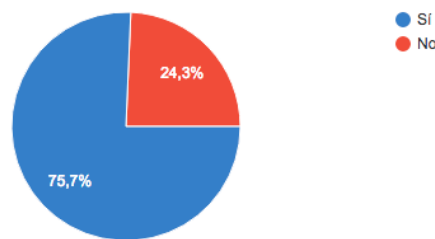
# 06

## Anexos

### Gráficas y análisis de resultados con grupo objetivo

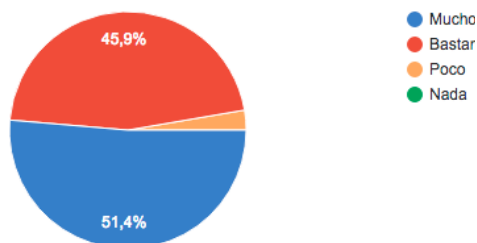
Para la toma de decisiones, previo a la construcción del manual de normas gráficas, se evaluaron los resultados obtenidos en la validación con el grupo objetivo, de forma objetiva. Los resultados obtenidos son detallados a continuación:

#### 01 > ¿Ha visitado el Museo del Ferrocarril?



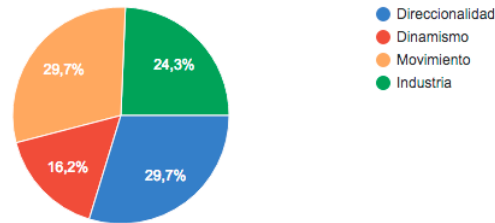
El 76.7 % de los encuestados han visitado el museo, esta pregunta fue planteada con la finalidad de determinar de qué manera influye la percepción del museo en las respuestas del público, respecto a la imagen gráfica.

#### 02 > ¿Le resulta atractivo el logotipo?



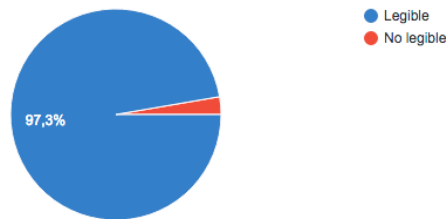
El logotipo resultó atractivo para el 97% grupo teniendo gran aceptación por parte del público.

04 > **¿Qué le transmite el color ?**



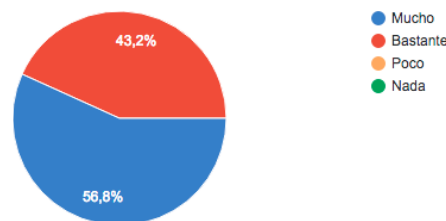
La muestra indicó que la combinación de los colores crean una imagen que transmite fuerza, solidez e impulso.

05 > **Considera que el tipo de letra utilizada es:**



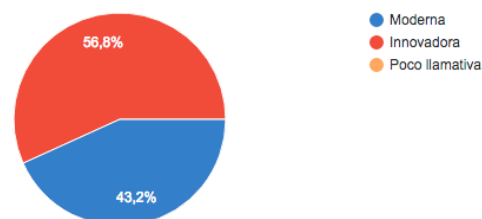
De acuerdo al 97% de los encuestados, la tipografía es legible. Siendo un aspecto importante en la construcción de la identidad.

06 > **¿Le parece adecuada la aplicación de la imagen en la papelería y materiales gráficos?**



Por los resultados se determinó que la aplicación de la imagen en las adaptaciones es adecuada en cada uno de los materiales.

07 > **Considera que la imagen es:**



El grupo indicó que la imagen institucional es llamativa, moderna, innovadora.

07

## Anexos

### Resumen de costos del proyecto

Los costos detallados corresponden a los gastos efectuados durante el proyecto que abarcan los gastos por recursos técnicos, costos por servicios prestados y de reproducción, acorde al trabajo realizado en cada fase, desde el proceso metodológico hasta la finalización del proyecto.

#### Recursos Técnicos

##### 01 Equipo

Descripción	Unidad	Precio Unitario	Total
Macbook Pro	1	Q.11,000	Q.660
Dispositivo de almacenamiento	1	Q.80	Q.80
Camara Canon T3	1	Q.3,760	Q.37
Impresiones	100-120	Q.1-5	Q.360
<b>Total</b>			<b>Q.1,137</b>

##### 02 Servicios

Internet / Teléfono	6 meses	Q.289	Q.1,734
Electricidad	6 meses	Q.120	Q.720
<b>Total</b>			<b>Q. 2,454</b>

##### 03 Viáticos

Transporte	6 meses	Q.200	Q.1,200
Comida	60 días	Q.20	Q.1,200
<b>Total</b>			<b>Q.2,454</b>
<b>Total Recursos Técnicos</b>			<b>Q.5,991</b>

## Servicios Profesionales

Descripción	Unidad	Precio Unitario	Total
Proceso Metodológico e Investigación de campo	3 meses	Q.4,250	Q.12,750
Producción gráfica	1	Q.84,000	Q.84,000
<b>Total</b>			<b>Q.96,750</b>

## Reproducción del Manual de Normas Gráficas

Pruebas de impresión	10	Q.10	Q.100
Reproducción de Manual de Identidad	1	Q.400-500	Q.500
<b>Total</b>			<b>Q.600</b>
<b>Total de servicios profesionales y reproducción gráfica</b>			<b>Q.97,350</b>

## Costos totales del proyecto

Recursos Técnicos	1	Q.5,991	Q.5,991
Servicios Profesionales y Reproducción gráfica	1	Q.400-500	Q.97,350
<b>Costo total del proyecto</b>			<b>Q.103,341</b>

Guatemala, agosto 07 de 2018.

Señor Decano  
Facultad de Arquitectura  
Universidad de San Carlos de Guatemala  
Dr. Byron Alfredo Rabe Rendón  
Presente.

Señor Decano:

Atentamente, hago de su conocimiento que con base en el requerimiento de la estudiante de la Escuela de Diseño Gráfico - Facultad de Arquitectura: **GEORGETTE MARIE PAZ JONGEZON**, Carné universitario: **201224279**, realicé la Revisión de Estilo de su proyecto de graduación titulado: **DESARROLLO DE IDENTIDAD VISUAL Y NORMALIZACIÓN GRÁFICA PARA EL CENTRO CULTURAL Y MUSEO DEL FERROCARRIL**, previamente a conferírsele el título de Licenciada en Diseño Gráfico.

Y, habiéndosele efectuado al trabajo referido, las adecuaciones y correcciones que se consideraron pertinentes en el campo lingüístico, considero que el proyecto de graduación que se presenta, cumple con la calidad técnica y científica que exige la Universidad.

Al agradecer la atención que se sirva brindar a la presente, me suscribo respetuosamente,



Lic. Maricella Saravia  
Colegiada 10,804

Lic. Maricella Saravia de Ramírez  
Colegiada 10,804

Profesora Maricella Saravia de Ramírez  
Licenciada en la Enseñanza del Idioma Español y de la Literatura

LENGUA ESPAÑOLA - CONSULTORÍA LINGÜÍSTICA  
Especialidad en corrección de textos científicos universitarios

Teléfonos: **3122 6600** - **5828 7092** - **2252 9859** - - [maricellasaravia@hotmail.com](mailto:maricellasaravia@hotmail.com)

**“Desarrollo de identidad visual y normalización  
gráfica para el Centro Cultural y Museo del Ferrocarril”**

Proyecto de Graduación desarrollado por:



**Georgette Marie Paz Jongezoon**

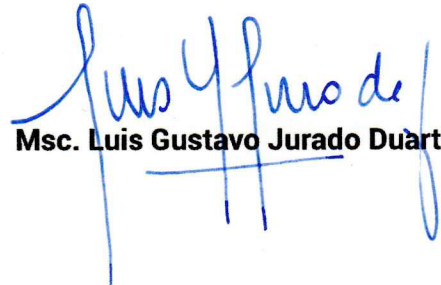
Asesorado por:



**Lic. Marco Antonio Morales Tomas**



**Licda. Miriam Isabel Meléndez S.  
de Villalta**



**Msc. Luis Gustavo Jurado Duarte**

Imprímase:

**“ID Y ENSEÑAD A TODOS”**



**Dr. Byron Alfredo Rabe Rendón  
Decano**

